

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Päivikki Kinnunen
Piija Pakarinen

ELOKUVISTA VIRKISTYKSEKSI - TYÖHYVINVOINTIPAKETTI SF-
FILMIKYLÄLLE

Opinnäytetyö
Marraskuu 2011

Sisältö

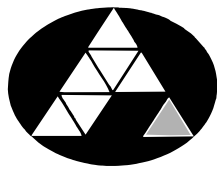
Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto	5
1.1	Lähtökohdat	5
1.2	Työn tarve ja tarkoitus	6
1.3	Suomen Filmitoimintayhtiö SF Oy ja SF-Filmikylä	7
2	Tietoperusta ja viitekehys	8
3	Elokuvamatkailu	11
3.1	Elokuvamatkailu-käsite	11
3.2	Elokuvamatkailun historia	13
3.3	Viehäytys ja mahdollisuudet elokuvamatkailussa	14
3.4	Elokuvamatkailu Suomessa ja muualla	17
4	Työhyvinvointi	19
4.1	Työhyvinvoinnin näkyminen ja edistäminen työpaikoilla	19
4.2	Tykytoiminta ja -matkailu	21
4.3	Kehittyminen tykytoiminnasta tyhytoiminnaksi	22
4.4	Matkailun yhdistäminen työhyvinvointiin	22
5	Kulttuuri ja hyvinvointi matkailussa	23
5.1	Kulttuuri osana teemamatkailua	23
5.2	Työhyvinvointimatkailutuote	24
6	SF-Filmikylällä toteutettava työhyvinvointipaketti	26
6.1	Toimintamenetelmät	26
6.2	Tyhypaketin sisältö	27
6.3	Rastien sisältö	28
6.4	Tyhypaketin hinta ja aikataulu	30
7	Työhyvinvointipaketin ohjelmallisen osan testaus	32
7.1	Ohjelmallisen osan testauksen taustat	32
7.2	Tehtävärastien järjestys	32
7.3	Ryhmien onnistuminen ja kehitysideat	34
8	Tyhypäivän arviointi	36
8.1	Muunneltavuus	36
8.2	Työhyvinvointipaketin SWOT-analyysi	37
8.3	Ohjelmallisen osuuden kehitysideat	41
9	Tyhypaketin markkinointi	42
10	Pohdinta	44
10.1	Prosessin arviointi	44
10.2	Työhyvinvoinnin näkyminen työn toiminnallisessa osuudessa	45
10.3	Oma oppiminen	45
	Lähteet	47

Liitteet

Liite 1	Ohjeistus SF-filmikylän tyhypäivän rasteille
Liite 2	Budjettiesimerkki
Liite 3	Tyhypäivän aikataulu
Liite 4	Tyhypäivän tuotanto- ja kulutuskaavio
Liite 5	Tehtävärastien materiaalit
Liite 6	Tiedote



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2011
Matkailun koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. 013 260 6722

Tekijät
Päivikki Kinnunen, Piija Pakarinen

Nimeke
Elokuvista virkistykseksi - työhyvinvointipaketti SF-Filmikylälle

Toimeksiantaja
Suomen Filmiteollisuus SF Oy

Tiivistelmä

Toiminnallisen opinnäytetyömme tehtävänä oli suunnitella ja toteuttaa työhyvinvointipaketti SF-Filmikylälle. Yhdistimme elokuvamatkailun ja työhyvinvoinnin yhtenäiseksi palveluksi. Aikaisempaa esimerkkiä tällaisesta tuotteesta ei löydy. Tehtävän työlle saimme SF-Filmikylältä ja se perustui SF-Filmikylän asiakaspalautteissa esitettyihin toiveisiin. Työhyvinvointipaketti laajentaa toimeksiantajamme palvelutarjontaa. Tietoperusta koostuu elokuvamatkailuun ja työhyvinvointiin liittyvästä tutkimuskirjallisuudesta sekä asiantuntijahaastatteluiden. Työkokemus SF-Filmikylällä on antanut omakohtaisia havaintoja, joita on hyödynnetty työhyvinvointipaketin suunnittelussa.


Työmme keskittyi tyhynpakettimme ohjelmallisen osan suunnitteluun ja toteutukseen. Menetelminä käytimme ohjelmallisen osuuden testausta ja sen aikana tehtyä osallistuvaa havainnointia. Kokonaisuudessaan tyhynpäivä koostuu opastetusta kierroksesta, ruokailusta ja ohjelmallisesta osasta. Ohjelmallinen osa sisältää tehtävärasteja, joita osallistujat suorittavat pienryhmissä. Ohjelmallisessa osassa korostuu yhdessä tekeminen. Ohjelman testaus tapahtui syyskuussa 2011 Suomen Filmiteollisuus SF Oy:n järjestämän virkistyspäivän yhteydessä. Testipäivä osoitti tehtävärastien toimivuuden ja näytti kehittämistä kaipaavat osa-alueet.

Suunnittelimme työhyvinvointipaketin muunneltavaksi kokonaisuudeksi, jota voi toteuttaa erilaisissa toimintaympäristöissä. Muunneltava kokonaisuus on myös laajennettavissa työyhteisöjen ja järjestöjen lisäksi muille asiakasryhmille. Esittämämme tapa yhdistää elokuvamatkailu ja työhyvinvointi monipuolistaa Pohjois-Karjalan palvelutarjontaa.

Kieli
suomi

Sivuja 65
Liitteet 6
Liitesivumäärä 16

Asiasanat
Työhyvinvointi, elokuvamatkailu, SF-Filmikylä, tyhy, työhyvinvointipaketti

 <p>NORTH KARELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</p>	<p>THESIS October 2011 Degree Programme in Tourism Länsikatu 15 FIN 80110 JOENSUU FINLAND Tel. 358 13 260 6722</p>
<p>Authors Päivikki Kinnunen, Piija Pakarinen</p>	
<p>Title Films Refined to Recreational Activity – Product of Promoting Wellbeing at Work for SF Film Village</p> <p>Commissioned by Suomen Filmitöollisuus SF Oy</p>	
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to create and implement for our commissioner, the SF Film Village, a product which could promote wellbeing at work. Our aim was to combine film-induced tourism and wellbeing at work into an integral service as there was no similar product available. The topic for our thesis came from Suomen Filmitöollisuus SF Oy, and the study was based on the wishes of the visitors of the Film Village. Our aim was to expand the supply of services provided by our commissioner. The knowledge base consists of research literature and our perspectives were broadened by interviews carried out amongst the professionals in wellbeing at work and film-induced tourism. Personal observations while working in SF Film Village have also been taken into account in this study.</p> <p>The thesis focuses on creating and implementing of an activity-based product. One-day visit dedicated to wellbeing at work consists of guided tour, lunch and activity. Activity comprises task points in which clients do tasks in small groups to enhance team building skills. The product was tested successfully in September 2011 during the recreational day at Suomen Filmitöollisuus SF Oy. Testing gave some information on the things to be improved as well.</p> <p>Our product is designed to be flexible and, thus, it can be applied to different environments. Flexibility can attract working communities and organisations as well as other customer groups. Our thesis presents a way to combine film-induced tourism and wellbeing at work and enables diversification of the supply of services.</p>	
<p>Language Finnish</p>	<p>Pages 65 Appendices 6 Pages of Appendices 16</p>
<p>Keywords wellbeing at work, film-induced tourism, SF Film Village, product</p>	

1 Johdanto

1.1 Lähtökohdat

Työhyvinvoinnin merkitys on kasvanut vuosi vuodelta yhä enemmän. Työpaikoilla panostetaan koko organisaation jaksamiseen työssä ja moni työhyvinvointia sekä työkykyä edistävä toiminta on saanut alkunsa kysynnän kasvaessa. Vaihtoehtoja parantaa työhyvinvointia on useita. Esimerkiksi liikuntapalvelujen rinnalle on tullut monipuolisempi palvelutarjonta. Työhyvinvointipalveluihin voidaan liittää muun muassa kulttuuria ja terveyden edistämistä eri muodoissaan.

Kulttuurin yhdistäminen työhyvinvointiin avaa mahdollisuuksia monenlaiseen toimintaan. Elokuvamatkailu tarjoaa tähän yhden vaihtoehdon. Kiinnostus mediaa kohtaan saa ihmisiä liikkeelle ympäri maailmaa ja Suomessakin tämä matkailun muoto on yleistymässä. Pohjois-Karjalassa elokuvamatkailuun pääsee tutustumaan Kontiolahden Kontioniemessä sijaitsevassa SF-Filmikylässä. Alueelle on rakennettu ulkoilmastudio, jossa kuvataan televisiotuotantoja ja elokuvia. Televisiosta tutut maisemat houkuttelevat matkailijoita näkemään nämä paikat omin silmin ja saamaan uteliaisuudelleen vastinetta.

Opinnäytetyössämme keskitytään elokuvamatkailuun liittyvän työhyvinvointipaketin suunnitteluun ja toteutukseen Suomen Filmiteollisuus SF Oy:lle, joka toimii työmme toimeksiantajana. Työhyvinvointipaketti toteutetaan SF-Filmikylällä ja testasimme paketin ohjelmallisen osuuden toimivuuden syyskuussa 2011. SF-Filmikylälle suuntautuu paljon ryhmämatkoja ja toimeksiantajan toiveena on ollut mahdollisuus tarjota laajempaa palvelukokonaisuutta tämän hetkisen opastetun kierroksen lisäksi. Opinnäytetyön kirjoitusprosessi tehdään pääasiallisesti yhdessä. Teoriapohjan perustana toimivat molempien tekijöiden harjoitusaineet, jossa Päivikki Kinnunen keskittyi työhyvinvointiin ja Piija Pakarinen elokuvamatkailuun.

1.2 Työn tarve ja tarkoitus

Opastettuja kierroksia SF-Filmikylällä on tarjottu yksittäismatkailijoille kesästä 2009 lähtien. Olemme kumpikin työskennelleet SF-Filmikylän oppaina ja oman työkokemuksemme kautta tiedämme paljon toimeksiantajasta. Tarve palvelujen monipuolistamiseen on havaittu ja matkailutuotteiden kehittäminen on tarpeellista, koska kilpailu alalla on jatkuvaa. Työhyvinvoinnin ollessa ajankohtainen ilmiö, näemme mahdollisuudet sen ja elokuvamatkailun yhdistämiselle. Monet organisaatiot ovat korvanneet perinteiset virkistyspäivät palveluilla, jotka korostavat työhyvinvointia. Elokuvamatkailun ja työhyvinvoinnin yhdistäminen yhdeksi palveluksi tuo vaihtelua markkinoiden palvelutarjontaan.

SF-Filmikylällä on kerätty kesinä 2009 ja 2010 asiakastyytyväisyyskyselyitä, joiden pohjalta on tehty elokuvamatkailijaprofiili (Suni 2010). Asiakastyytyväisyyskyselyissä tiedusteltiin SF-Filmikylän asiakkailta taustatietojen lisäksi esimerkiksi syitä matkustaa kohteeseen, mielipiteitä palvelusta sekä kehittämisehdotuksia. Tämän tausta-aineiston pohjalta on havaittu oheispalvelujen tarve, johon työhyvinvointipakettimme vastaa. Moni vastanneista toivoi vaihtoehtoja olemassa olevalle opastetulle kierrokselle. (Ervasti 2011.)

Tarkoituksena oli saada aikaan erilaisille ryhmille soveltuva pakettikokonaisuus, tyhypoivä, joka yhdistää filmikylällä jo olevia palveluita, kuten kahvila- ja opas-toimintaa uusiin kehitteillä oleviin tuotteisiin. Uusilla tuotteilla tarkoitamme ohjattua toimintaa, joka koostuu niin sanotuista toimintapisteistä, joiden tarkoitus on kehittää työhyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Toimintapisteet sisältävät erilaisia ryhmätehtäviä ja toiminnallinen osuus tapahtuu pääsääntöisesti pienryhmissä. Olemme keskustelleet toimeksiantajan kanssa päivän sisällöstä ja yhdessä suunnitelleet tyhypoivän ohjelmaa. Tarkoituksena oli luoda muunneltava, toimiva ja myyvä tuote asiakasryhmille. Paketin muunneltavuus näkyy muun muassa siten, että tyhypoivä on mahdollista toteuttaa myös muussa ympäristössä kuin SF-Filmikylässä. Päivän peruskaava pysyy aina samana mutta sisältö on muunneltavissa esimerkiksi erilaisten teemojen mukaan ja paketti on räätälöitävissä eri asiakasryhmille.

1.3 Suomen Filmitöollisuus SF Oy ja SF-Filmikylä

Suomen Filmitöollisuus SF Oy on ohjaaja Markku Pölösen ja tuottaja Satu Sankankaan omistama tuotantoyhtiö, jonka he ostivat Yleisradiolta vuonna 2001. Tätä ennen yhtiö on ollut muun muassa ohjaaja-tuottaja Toivo Särkän omistuksessa ja aiempien tuotantojen kautta Suomen Filmitöollisuuden logo, SF-mutteri (kuva 1) on saanut näkyvyyttä. Suomen Filmitöollisuus tuottaa kotimaisia elokuvia ja televisiosarjoja sekä toteuttaa elokuva- ja elämysmatkailua Kontiolahdella sijaitsevassa SF-Filmikylässä.



Esittää - Jörevisar

Kuva 1. Suomen Filmitöollisuuden logo. (Kuva: Suomen Filmitöollisuus.)

SF-Filmikylällä toiminta aloitettiin vuonna 2005, jolloin käynnistyi Karjalan kunnilla -televisiosarjan fiktiivisen Miikkulan kylän rakentaminen. Lavasteet ovat suunnitelleet Minna Santakari sekä Samuli Halla. SF-Filmikylän toteutumisen mahdollisti Euroopan aluekehitysrahasto, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu ja Joensuun Seudun Kehittämisyhtiö JOSEK Oy, jotka toimivat rahoittajina Elokuv- ja elämysmatkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa -projektissa (Elokuva-elämyksiä Pohjois-Karjalassa 2009). Karjalan kunnilla -televisiotuotannon kuvaukset alkoivat kesällä 2006 ja yksittäismatkailijoille lavastekylä avautui vuonna 2009.

SF-Filmikylä perustettiin Pohjois-Karjalan prikaatin kantahenkilökunnan entiselle asuinalueelle, Höytiäisen rannalle. Syitä SF-Filmikylän rakentamiselle kyseiselle paikalle on monia, esimerkiksi alueella jo ollut kyläkauppa sekä lähistöllä sijaitseva vanha sotasairaala, Kontiolinna, jotka toimivat sarjan kuvauspaikkoina. Kylää rakennettaessa hyödynnettiin jo olemassa olevia rakennuksia sekä tehtiin tuotantoa varten tarkoitettuja lavastetaloja kierrättämisen ja kestäväkehityksen mallia apuna käyttäen. Esimerkiksi kylän kasvihuone on rakennettu hyödyntämällä vanhoja ovia ja ikkunoita. Lavastekylästä löytyvät esimerkiksi terijokelaisytylinen huvila, tšasouna ja vanha kansakoulu.

Filmikylällä sijaitsevat Suomen Filmitöiden toimisto, puvusto sekä jälkituotantoyksiköt. Matkailijoille tarjottavia palveluita ovat opastetut kierrokset, kahvila- ja kokouspalvelut sekä oheistuotteiden myynti. Opastettu kierros kestää noin 45 minuuttia, jonka aikana matkailija pääsee oppaan johdolla näkemään Karjalan kunnailla -televisiosarjan kuvauspaikkoja ja samalla saa tietoa sekä sarjasta että sen tekemisestä. Kaikki matkailijoille tarjottavat palvelut kuuluivat meidän työkuvaamme vuonna 2010. Päivikki Kinnunen oli myös mukana SF-Filmikylän matkailutoiminnan aloittamiskesänä 2009, jolloin toiminta oli vielä kehitysvaiheessa. Kesällä 2010 SF-Filmikylällä käynnistyi kesäteatterituotanto, jolloin kävijöillä oli mahdollisuus päästä katsomaan Markku Pölösen elokuvaan Onnen maa perustuvaa kesäteatteriesitystä. Kesäteatteriesitykset jatkuivat myös kesällä 2011.

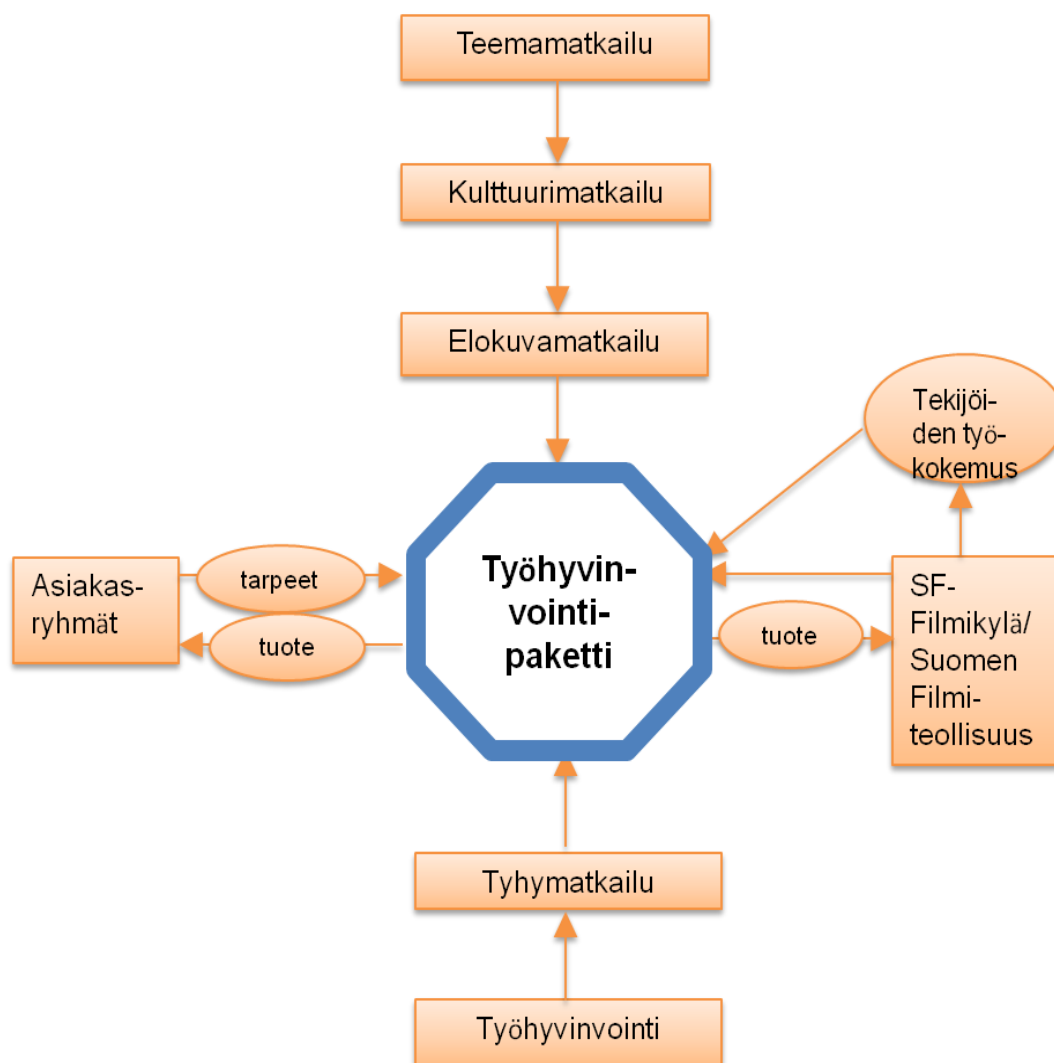
2 Tietoperusta ja viitekehys

Tietoperustaa olemme hankkineet koko opinnäytetyöprosessin ajan Internet- sekä kirjallisuuslähteistä. Hankkimamme teoretieto on ollut työmme taustalla niin kirjoittaessamme harjoitusaineita kuin toteuttaessamme ohjelmallista osuutta. Opinnäytetyön kirjoittamisen tukena olemme myös muun muassa haastatelleet kulttuuri- ja elokuvamatkailualan ammattilaisia. Esimerkiksi Skånessa sijaitsevan Ystadin kaupungin markkinointistrategi Itta Johnson kertoi puhelinhaastattelussa Wallander kirjoihin ja elokuvaan pohjautuvasta matkailusta ja antoi hyviä näkemyksiä elokuvamatkailutoimintaan. Ruotsissa syntynyt Henning Man-

kell teki läpimurron Wallander kirjoillaan 1990-luvun alussa. Tällä hetkellä julkaistuja teoksia on kymmenen ja ne ovat myyneet yli 25 miljoonaa kopiota yli kolmessakymmenessä maassa ja osa näistä kirjoista on tehty elokuviksi. (Holmström 2011.) Elokuvia on tehty sekä englannin- että ruotsinkielisinä versioina. Wallanderin juoni keskittyy rikospoliisitarinan ympärille ja Itta Johnson kertoi, että tätä juonta on hyödynnetty esimerkiksi lapsille suunnatussa matkailussa. (Johnson 2011.)

Haastattelimme myös Työhyvinvointia kulttuurista -hankkeen projektipäällikköä Elli Oinonen-Edéniä. Itä-Suomen yliopiston koulutus- ja kehittämispalvelu Aducate hallinnoi tätä hanketta ja sen rahoittajina toimivat EU/Euroopan sosiaalirahasto, Pohjois-Karjalan ELY-keskus ja Joensuun kaupunki. Oinonen-Edéniltä saimme erilaisen näkökulman etenkin työhyvinvoinnista ja sen yhdistämisestä kulttuuriin. Haastateltavan mukaan vaatimukset työhyvinvoinnin ja kulttuurin oikeaoppiselle yhdistämiselle ovat muun muassa aiheeseen pätevöittävä koulutus sekä taiteilijan mukana olo toteutettavassa projektissa. (Oinonen-Edén 2011.) Olemme kuitenkin päättäneet lähestyä opinnäytetyötämme eri näkökulmasta. Haluamme, että meidän tyhypakettimme on muunneltava, joten Oinonen-Edénin kertomat vaatimukset rajoittaisivat liikaa käytännön toteutusta. Haastattelut ovat antaneet meille uusia näkökulmia ja vaikuttaneet opinnäytetyön taustalla vaikka ne eivät uutta teoreettista pohjaa antaneetkaan.

Työmme viitekehys (kuvio 1) keskittyy työhyvinvointipaketin ympärille. Paketissa yhdistyvät työhyvinvointi- ja elokuvamatkailu, joiden taustalla on kiinnostus omaan hyvinvointiin työssä sekä kulttuuri- ja teemamatkailuun. Jotta pakettia voidaan lähteä kokoamaan, on tiedettävä sekä asiakkaan tarpeet että toimek-siantajan toiveet. Lisäksi on hankittava taustatietoa elokuvamatkailusta ja työhyvinvoinnista sekä jo olemassa olevista työhyvinvointiin perustuvista matkailutuotteista.



Kuvio 1. Viitekehys

Tuotteistettavalle paketille on jo olemassa pohja, jonka ympärille rakennettiin työhyvinvointiin painottuva palvelukokonaisuus. Pohja koostuu ryhmille tarjotuis- ta opastetuista kierroksista ja ruokailusta, joka tilataan Kontiolahdella sijaitseval- ta Ravintola Mennalta. Tarkoituksena oli toteuttaa yhden päivän kesto- nen tuote, jota toimeksiantaja voi tarjota erilaisille asiakasryhmille. Tämän ja SF-Filmikylän ympäristön avulla meillä oli valmiudet toteuttaa tuote, joka pohjautuu myös meidän omaan työkokemukseemme kyseisen yrityksen palveluksessa.

Tärkeintä koko prosessissa oli ottaa huomioon asiakaslähtöisyys, jotta tuote vastaa sille asetettuja tarpeita. Jokaisella asiakasryhmällä on omat tarpeensa, jotka meidän tuli ottaa ryhmäkohtaisesti huomioon palveluita suunnitellessa ja tuotettaessa. Opinnäytetyössämme asiakaslähtöisyys tarkoittaa, että olemme

huomioineet SF-filmikylän asiakastytyväisyyskyselyistä ilmenneet toiveet ja tarpeet. Haluamme kehittää elokuvamatkailua ja työhyvinvoinnin yhdistäminen tähän luo uuden lähestymistavan.

3 Elokuvamatkailu

3.1 Elokuvamatkailu-käsite

Elokuvamatkailulla tarkoitetaan matkailun alaa, jossa ihmiset matkustavat elokuvan tai televisiosarjan kuvauspaikalle joko kuvauksien aikana tai kuvauksien jälkeen (Roesch 2009, 6). Suomessa käytössä on vain yksi termi, mutta englanniksi termejä on monia, esimerkiksi ”film tourism”, ”screen tourism” ja ”movie tourism”. Beeton määrittelee ”movie tourism” -käsitteen vain pitkiin elokuvaan liittyväksi elokuvamatkailuksi. ”Film tourism” -käsite sisältää muuhun mediaan, kuten televisiosarjoihin, liittyvän elokuvamatkailun. (Beeton 2005, 12.) ”Screen tourism” -käsitteen alaan kuuluvat ”film tourism” ja ”movie tourism” -käsitteet, mutta siihen eivät kuulu matkailuohjelmat, joiden pääsääntöinen tarkoitus on mainostaa matkakohhteita (Connell & Meyer 2008).

Pitkiin elokuvaan liittyvää matkailua on tutkittu enemmän kuin televisiosarjoihin perustuvaa matkailua. Pitkien elokuvien vaikutus matkailijoihin on yleensä hetkellistä. Televisiosarjan kuvaaminen kestää yleensä kauemmin ja televisiosarjaa esitetään televisiossa tietyn ajanjakson verran, joten televisiosarjoilla on enemmän aikaa vaikuttaa elokuvamatkailijoihin. Näin ollen monesti televisiosarjan ja katsojan välille syntyy suhde, jonka vaikutukset näkyvät myös matkailussa. (Beeton 2005, 12.)

Elokuvamatkailu on jaettavissa kahteen eri alueeseen mediatyyppin mukaan. Ensimmäinen keskittyy televisiosarjoihin ja toinen elokuvaan. Jako perustuu näiden kahden median eroihin. Roeschin (2009) mukaan keskeisiä eroja on neljä. Elokuvateatterit mainostavat pitkää elokuvaa kuin julkista tapahtumaa, kun taas televisiosarjoja katsotaan yksityisessä ja suljetussa tilassa, rennossa ja itse vali-

tussa ympäristössä. Toinen ero havaitaan tavassa, jolla katsojan keskittyminen kiinnitetään: pitkissä elokuvissa kuvan ja äänen käyttö on hyvin kehittyntä ja korkeatasoista, kun taas televisiosarjoja tehdessä tulee keskittyä tasaiseen laatuun ja keskivertoisuuteen. Kolmas ero on mediatyyppien juonen eroavaisuuksissa. Televisiosarjan juoni on jatkuvaa, mutta pitkässä elokuvassa tulee olla joku erityinen ongelma, jonka ratkaisemisesta juoni koostuu. Neljäs eroista muotoutuu mediatyyppien eri tavoiteyleisöstä. Pitkän elokuvan katsojien tulee olla uteliaita ja pystyä luomaan yhteys tarinaan, mutta televisiosarjan yleisö voi seurata ruudusta tulevan ohjelman maailmaa ulkopuolelta samalla erottautuen omasta todellisesta maailmastaan. (Roesch 2009, 6.)

Roesch (2009) on jakanut elokuvamatkailijat kahteen eri kategoriaan. Osalle elokuvamatkailijoista elokuvan tai televisiosarjan kuvauspaikka on ensisijainen matkakohde, eli he matkustavat elokuvan tai televisiosarjan takia tiettyyn kohteeseen. Toisten elokuvamatkailijoiden matkakohdevalintaan on saattanut vaikuttaa jokin tietty elokuva tai televisiosarja, mutta tämä ei välttämättä ole pääsyy matkustaa kohteeseen. Englanniksi näille kahdelle elokuvamatkailijakategorialle on omat terminsä; kuvauspaikoille varta vasten matkustavia kutsutaan ”film location tourist” -nimikkeellä ja elokuvan tai televisiosarjan vaikuttamia matkailijoita kutsutaan ”film tourist” -nimikkeellä. (Roesch 2009, 7.)

Elokuvamatkailua tapahtuu ympäristössä, studioissa ja elokuvaan liittyvissä huvipuistoissa. Beeton (2005, 12) on jakanut elokuvamatkakohteet ”off-location”- ja ”on-location”-nimikkeillä, joille on vaikea suomeksi löytää vastaavia termejä. ”Off-location”-matkakohteella tarkoitetaan elokuvastudioita ja alaan liittyviä huvipuistoja ja ”on-location”-matkakohde viittaa paikkaan ympäristössä, jossa joskus on jotain kuvattu tai kuvataan (Beeton 2005, 12). Pikkuhiljaa elokuvan tekijätkin huomaavat, kuinka elokuvatuotannot ja matkailu kulkevat käsi kädessä. Niiden välillä on selvä korrelaatio, ja elokuvatuotannoille matkailu on hyvä potentiaalinen tulon lähde. (Hughes 2011.) SF-Filmikylä on ”off-location”-kohde ja siellä käyviä matkailijoita voidaan kuvailla ”film tourist”-nimikkeellä. SF-Filmikylän matkailutoimintaa kuvaa käsite ”film tourism” paikan toiminnan perustuessa pääsääntöisesti televisiosarjaan.

3.2 Elokuvamatkailun historia

Ennen visuaalisen median keksimistä matkustettiin kirjallisuuden, maalauksien, musiikin ja valokuvien luomien mielikuvien mukaan. Visuaalinen media yleistyi 1900-luvulla elokuvien ja television tullessa ihmisten tietoisuuteen. 1900-luvun puolivälin jälkeen televisio ja elokuvat kasvattivat suosiotaan sekä yleistyivät kotitalouksissa, joten viimeistään silloin on nähty visuaalisen median vaikutus matkailuun. Ennen elokuvamatkailua kirjallisuus oli vahvimpia median aloja, jonka mukaan matkustettiin. (Beeton 2005, 4.)

Roeschin (2009) mukaan ensimmäinen elokuva, joka vaikutti elokuvamatkailuun, on vuonna 1935 ensi-iltansa saanut *Kapina Laivalla* (The Mutiny on the Bounty). Elokuva vaikutti Tahitin matkailuun tehden Tahitista tunnetun matkakohteen. Tästä noin vuosikymmen eteenpäin voidaan sanoa elokuvamatkailumiön syntyneen, jolloin esimerkiksi elokuvat *Kolmas mies* (The Third Man 1949), *Kwai-joen silta* (Bridge on the River Kwai 1958) ja *Sound of Music - Lau-lava Trappin perhe* (The Sound of Music 1965) saivat ensi-iltansa. *Kolmas mies* -elokuvan kuvauspaikoille Wieniin on matkustettu jo yli 55-vuoden ajan ja *Sound of Music - Lau-lava Trappin perhe*-elokuvan suosio näkyy yhä Salzburgin kaupungissa Itävallassa. Vuosittain Salzburgiin matkustaa noin 300 000 matkailijaa, joista 70 prosenttia sanoo elokuvan suurimmaksi vaikutustekijäksi valitessaan matkakohdetta. (Roesch 2009, 8.)

Lopullisesti elokuvamatkailun nähdään kunnolla käynnistyneen 1970- ja 1980-luvuilla, jolloin massamatkailukin yleistyi ja esimerkiksi menestyselokuva *Tappajahai* (Jaws 1975) sai ensi-iltansa. Kansainväliset menestyselokuvat ja televisiosarjat, jotka ovat lähtöisin Yhdysvalloista, ovat myös saaneet 1970-luvun jälkeen elokuvamatkailijoita liikkeelle. Näitä menestyselokuvia ovat muun muassa *Tähtien sota* (Star Wars 1977, 1980, 1983, 1999, 2002, 2005) -elokuvat, *Dallas*-televisiosarja (1978–1991) sekä elokuva *Titanic* (1997). 1980- ja 1990-luvuilla elokuvien markkinointiin ruvettiin käyttämään huomasti enemmän rahaa, elokuvien ja videoiden yhä yleistyessä. Markkinointi toi elokuville enemmän näkyvyyttä, minkä vuoksi myös kuluttajat kiinnittivät elokuviin enemmän huomiota. 1900-luvun lopulla suurimmat voitot elokuvatuotannoista tekivät Yhdysvaltojen kuusi

suurinta elokuvastudiota: Warner Bros. Pictures, Walt Disney Pictures, 20th Century Fox, Paramount Pictures, Universal Pictures ja Columbia Pictures. Suuret elokuvastudiot houkuttelevat myös matkailijat elokuvien kuvauspaikoille. (Roesch 2009, 9.)

Yksi tunnetuimmista elokuvatuotannoista, joka sai elokuvamatkailijat liikkeelle, on Taru sormusten herrasta -trilogia (The Lord of the Rings 2001, 2002, 2003). Trilogia kuvattiin Uudessa-Seelannissa, minkä jälkeen maa pääsi median parasvaloihin, ja elokuvien suosio tuo sinne miljoonia dollareita yhä tänäkin päivänä. Viimeisen kymmenen vuoden aikana elokuvamatkailun merkitys on huomattavasti kasvanut ja Roeschin (2009) mukaan suuri kiitos tästä kuuluu ”Taru sormusten herrasta” -trilogialle. Trilogia ei houkutellut matkailijoita studioihin katsomaan, kuinka elokuvat on tehty, vaan ”on-location”-kohteeseen, eli luontoon, jossa elokuvat kuvattiin. (Roesch 2009, 3–9.)

3.3 Viehätys ja mahdollisuudet elokuvamatkailussa

Selvitettäessä, mikä elokuvamatkailussa viehättää, olisi hyvä tietää millainen elokuvamatkailija on. Elokuvamatkailijoita on hankala profiloida, mihin yksi syy on alan tuoreus. Elokuvamatkailijoiden motivaatioita on jonkin verran tutkittu, mutta koska elokuvamatkailua on monenlaista, esimerkiksi studioihin ja kuvauskohteisiin suuntautuvat matkat, on motivaatiotekijöitäkin laajalti erilaisia. Roesch (2009) on tutkinut kirjassaan elokuvamatkailijoiden motivaatioita. Motivaatiotekijät voidaan jakaa esimerkiksi kolmeen ryhmään: paikka (sijainti, ominaisuus, maisema), luonne (näyttelijät, hahmot, julkisuus) ja esitys (juoni, teema, lajityyppi). (Roesch 2009, 102.)

Matkustettaessa katsomaan luonnossa sijaitsevia kuvauskohteita, kuten esimerkiksi Taru sormusten herrasta -trilogian ”Hobittilaa” Uuteen-Seelantiin, matkustajien suurimmaksi motivaatioksi nousee luonnollisen kuvausympäristön näkeminen. Kuvausstudioihin matkustettaessa uteliaisuus nousee esille: elokuvamatkailijat toivovat näkevänsä julkisuuden henkilöitä, sarjan hahmoja ja aidon kuvausympäristön. He haluavat kurkistaa ehkä vielä televisiosarjassa ennennäkemättömiin kuvauskohteisiin. Televisiosarjan kuvauskohteet sisältävät histori-

an, sen kaiken mikä on jo aiemmin televisiossa nähty ja studiolla voi muistella mitä missäkin tapahtui. (Roesch 2009, 104.) Matkailijat haluavat myös vertailla televisiosta nähtyä ympäristöä oikeaan kuvausympäristöön, esimerkiksi vastako kuvausympäristö sitä, minkä viimeksi näki televisiosta (Couldry 2005, 60).

Elokuvastudioille matkustavat haluavat nähdä, kuinka kaikki tehdään, mikä on totta ja aitoa sekä mitä kuvauksissa tapahtuu. Elokuvamatkailijat haluavat nähdä kuvauskohteen elävänä. Ihmiset pitävät kohteessa vierailua opettavaisena, vaikka harva studioille matkustaa nähdäkseen esimerkiksi, kuinka tekniikka sielillä toimii. Studiolla vierailu tuo monesti tunteita pintaan, varsinkin jos kuvattu ohjelma on vierailijoille päivittäinen tapa ja he ovat seuranneet sitä vuosia. (Couldry 2005, 62.)

Television ja median vaikutusta ihmisiin on tutkittu jo pidemmän aikaa. On tutkittu esimerkiksi sitä, miten media vaikuttaa lasten ja nuorten käytökseen. Yhtäläisyyksiä median ja käyttäytymisen välillä on löydetty. Samoin voidaan kuvitella, että medialla ja televisiolla on vaikutusta ihmisten motivaatioihin matkustaa, esimerkiksi jos televisiosarja vaikuttaa ihmisen tunteisiin, halutaan nämä tunteet myös mahdollisesti kohdata itse paikan päällä. (Beeton 2005, 7.)

Kuvauskohteista niin luonnossa kuin studioissakin halutaan etsiä elämyksiä. Esimerkiksi matkustettaessa televisiosarjan kuvauspaikalle ja tutkittaessa kuvaukohdetta voi hetken vaikka kuvitella olevansa itse osa sitä kaikkea. Matkailijat nauttivat saadessaan kuvitella olevansa joku sarjan hahmoista. Osa tuntee olevansa jopa hetken aikaa julkisuuden henkilö ja elää omaa tähtihetkeään. Ihmiset haluavat tuntea olevansa osa jotain suurempaa kokonaisuutta. (Couldry 2005, 61.) Televisiosarjojen ja elokuvien fanit ovat myös useasti elokuvamatkailun suurinta käyttäjäkuntaa. Fanit unelmoivat pääsevänsä kuvauspaikalle ja saattavat vierailla useammin kuin kerran kohteessa. Heille tärkeää on aidon kuvausympäristön ja oman mielikuvan vertaileminen. Fanit haluavat nähdä kaiken mahdollisen, mikä televisiosarjaan tai elokuvaan liittyy. (Roesch 2009, 104.)

Filmikylällä työskennellessämme olemme havainneet, että matkailijat haluavat nähdä, kuinka kuvauksia toteutetaan ja nähdä kuvauskohteet paikan päällä.

”Uteliaisuus riittää syyksi” on SF-Filmikylän tunnuslause, joka näkyy matkailijoiden motivaatiossa osallistua opastetulle kierrokselle. Filmikylän ollessa ainoa laatuaan Suomessa, on sekin vaikuttava tekijä, joka vetoaa myös muihin elokuvamatkailijoihin kuin Karjalan kunnailla -televisiosarjan faneihin.

Elokuvamatkailun potentiaalista on jo hyvää näyttöä (Roesch 2009, 32), mutta mediatuotantoja ja mediaa pitäisi osata hyödyntää yhä paremmin. Ulkomailla hittielokuvien ja televisiosarjojen ympärille luodut matkailumahdollisuudet yleistyvät, kun elokuvien tuottajatkin huomaavat matkailun tulon lähteenä (Edensor 2005, 106). Elokuvatuotannot eivät saata tehdä pelkästään kuvauspaikastaan suosittua käyntikohdetta, esimerkiksi Braveheart - taipumaton -elokuva (1995) lisäsi Skotlantiin kohdistuvaa matkailua, vaikka elokuva on pääsääntöisesti kuvattu Irlannissa. Braveheart - taipumaton -elokuva perustuu tositarinaan, joka kertoo vapaustaistelija William Wallacesta 1200-luvun Skotlannissa. (The Internet Movie Database 2011.)

Kehitettäessä elokuvamatkailua olisi tärkeää jo elokuvatuotantojen alkuvaiheissa ottaa huomioon elokuvien matkailullinen potentiaali. Elokuvatuottajien ja matkailualan yritysten välille tulisi luoda hyvä yhteistyökumppanuus, josta yritykset voisivat hyötyä. Yhteistyötä tulisi olla tuotantojen alkuvaiheilla, tuotannon ollessa käynnissä ja silloinkin kun tuotanto on jo valmis. Yhteistyön avulla niin elokuvatuotannoilla kuin matkailualan yrityksilläkin on mahdollisuus parantaa markkinointiaan, näkyvyyttään ja toimivuuttaan. Toki tuotantojen ja matkailun yhdistämisessä on myös omia ongelmia, kuten tekijänoikeudet elokuvamateriaaliin ja kuvauskohteisiin. (Roesch 2009, 14.)

Elokuvamatkakohteen markkinoinnissa tärkeää on oman imagon luonti sellaiseksi, että kohde on aito ja alkuperäinen (Roesch 2009, 21). Mutta se mikä on aitoa ja mikä ei, on vaikea määritellä, koska aitous näyttäytyy jokaiselle matkailijalle eri tavalla. Toisille aitoa ovat tuotantojen kulissit ja lavasteet, toiset pitävät aitona oikeita vanhoja rakennuksia, oikeaa ympäristöä. Silloin on onnistuttu aitouden luonnissa, jos matkailijat pystyvät samaistumaan ympäristöön ja nähdä itsensä hetkeksi osana tuotantoa. (Couldry 2005, 67.) Kun kunnollinen imago on luotu, on aluetta helpompi myös tuotteistaa ja alueesta saa matkailijat, tuot-

tajat ja matkailuyrityksetkin enemmän irti. (Roesch 2009, 23.) Elokuvatuotantojen tulee edustaa kuvauskohdettaan, jos alueelle halutaan kehittää myös elokuvamatkailua (Couldry 2005, 63).

Matkailua markkinoidaan virallisten ja epävirallisten markkinointikanavien kautta. Virallisia markkinointikanavia ovat matkailun markkinoijien tekemät painetut paperilehtiset, esitteet ja lehdistöartikkelit, kuten myös matkailuun liittyvät internetsivut ja mainos-DVD:t. Epävirallinen markkinointi on median taustalla olevaa ympäristöä, kuten televisio-ohjelmissa ja -mainoksissa, elokuvissa, lehdissä ja Internet-sivustoilla. Elokuvamatkailumarkkinoinnissa epävirallinen markkinointi tulee monessa tapauksessa kyseeseen, koska kuvissa näkyvään taustaan ja maisemaan halutaan matkustaa. Epävirallisella markkinoinnilla voi olla myös huonoja vaikutuksia. Jos kuvauspaikkana toimii alue, joka herättää negatiivisia mielikuvia ihmisille, voi se vaikuttaa myös mielipiteeseen kohteesta. Oikealla epävirallisella ja virallisella markkinoinnilla voidaan kuitenkin elokuvamatkailua-kin edistää. (Roesch 2009, 27.)

Elokuvamatkailuun pystytään yhdistämään erilaisia palveluja, kuten virkistystoimintaa tyhypsäivän muodossa. Elokuvamatkailu on vasta tulossa suuren yleisön tietoisuuteen ja sen ollessa uusi ilmiö, kiinnostaa se monia matkailijoita. Koska elokuvamatkailua ei ole määritelty yhdellä tietyllä tavalla, tyhytoiminnan yhdistäminen tähän on luontevaa.

3.4 Elokuvamatkailu Suomessa ja muualla

Suomessa elokuvatuotantojen vähyys ja kansallisuus voi osaltaan vaikuttaa siihen, että meillä elokuvamatkailu on vähäistä. Vuosittain tehdään kymmeniä elokuvatuotantoja ja kuvataan televisiosarjoja, mutta niiden kohdeyleisönä ovat suomalaiset. Kontiolahdella, Suomen Filmitoimintayhdistyksen omistamassa SF-Filmikylässä sijaitsee Suomen ainoa ulkoilmastudio, joka myös tarjoaa matkailutoimintaa. SF-Filmikylällä voi kesäaikaan tutustua Ylen kanavilla esitettävän Karjalan kunnailla -televisiosarjan kuvauskohteisiin oppaan johdolla.

Televisiokanava MTV3 järjestää toisinaan kilpailuja, joiden palkintona voi olla pääsy seuraamaan Suomen suosituimman televisiosarjan Salatut elämät kuvauksia. (MTV3 2011.) Tampereella kuvataan Claes Olssonin elokuvaa Taistelu Näsilinnasta 1918 ja vuoden 2011 huhti- ja toukokuussa pääsi kuvauksia seuraamaan elokuvakylään, joka perustettiin vanhaan käsityöläiskylään, Tallipihaan, Näsinkallion juurelle Tampereelle. (Taistelu Näsilinnasta 1918, 2011.) Elokuviiin liittyviä tapahtumia järjestetään Suomessa jonkin verran, kuten esimerkiksi elokuvafestivaaleja. Elokuvafestivaalit kokoavat alan tekijöitä ja matkailijoita yhteen esimerkiksi Nurmeksen elokuvajuhlille, Tampere Film Festival -elokuvajuhlille ja Midnight Sun Film Festivaaleille Sodankylään. Suomessa riittää selvästi mielenkiintoa elokuvia ja muuta mediaa kohtaan, joten elokuvamatkailun edistäminen Suomessa olisi hyödyllistä. (Elitisti 2011.)

Ainoa elokuvamatkailuun liittyvä teemapuisto Suomessa löytyy Naantalista, lapsille suunnattu Muumimaailma. Teemapuisto perustuu suomalaisen kirjailijan Tove Janssonin rakastettuihin kirjoihin (Muumimaailma 2011), joiden pohjalta on myös tuotettu yli 60 maahan myyty animaationsarja (Moomin Characters 2011). Animaationsarjan suosio on tuonut Muumimaailmaan myös paljon kansainvälisiä asiakkaita. Muumimaailma on auki pääsääntöisesti kesällä, mutta myös jonkin aikaa talvella (Muumimaailma 2011). Erilaiset teemapuistot voisivat olla hyviä tyhypakettien toimintaympäristöjä.

Elokuvamatkailijoille ulkomaat tarjoavat lähes rajattomat mahdollisuudet nähdä ja kokea elokuvatuotantojen viehätys. Itsellä pitää vain riittää halukkuutta etsiä ja löytää kohteet ja studiot. Tämä käy helposti esimerkiksi Internetin välityksellä. Monen maan omilta matkailusivustoilta voi löytää elokuvamatkailulle tarkoitetut sivut, kuten esimerkiksi Ison-Britannian sivustoilta (Visit Britain 2011). Iso-Britannian matkailusivustoilta löytää helposti elokuvan tai televisiosarjan nimen mukaan selvityksen siitä, mitä on kuvattu ja missäkin.

Elokuvastudioita, joissa myös matkailua järjestetään, löytyy ympäri maailman, mutta varsinkin monen hittielokuvan kotimaasta Yhdysvalloista. Yhdysvalloista löytyvät esimerkiksi nämä matkailua tarjoavat elokuvastudiot: Columbia Pictures (Sony Pictures Studios 2011), 20th Century Fox (Fox Studios 2011), Warner Bros (Warner Bros 2011), Paramount (Paramount Pictures 2011), Universal

(Universal Studios 2011) ja Walt Disney Studio (Disney 2011). Iso-Britanniassa elokuvastudioihin kohdistuvaa matkailua on vähemmän kuin Yhdysvalloissa, mutta ympäristössä sijaitsevia kuvauskohteita on paljon. (VisitBritain 2011.) Pohjoismaista ainakin Ruotsissa on elokuvamatkailukohteita, joista hyvänä ympärivuotisena esimerkkinä voi mainita Wallander -elokuvien (1991–2009) kuvauspaikan, Ystadin kaupungin Etelä-Ruotsissa. Ystad tarjoaa matkailijoille elokuvakierroksia ruotsiksi, englanniksi ja suomeksi sekä kaupungista löytyy monia mielenkiintoisia käyntikohteita elokuviin liittyen. (I Wallanders spår 2009.)

Kohdekuvauspaikkoja löytyy ympäri maailman, mutta aina näitä kohteita ei ole osattu käyttää matkailullisesti hyödyksi. Elokuvatuottajien vähäinen mielenkiinto elokuvien ja matkailun yhdistämiseen voi olla yksi syy, miksi elokuvamatkailu ei pääse kehittymään haluttuun suuntaan. Kun elokuvaa kuvataan tietyssä kohteessa, usein kuvausten jälkeen kuvauspaikka puretaan ja mitään konkreettista nähtävää elokuvasta ei jää jäljelle, kuvattua maisemaa lukuun ottamatta. Toisille elokuvamatkailijoille maisemakin riittää, toiset kaipaavat ehkä enemmän nähtävää myös itse elokuvatuotannosta. (Beeton 2005, 7.) Toiset tuotannot, jos ne on osattu oikein hyödyntää, vetävät matkailijoita hyvin puoleensa. Esimerkiksi Salzburgin kaupunkiin, Itävaltaan on koottu elokuvapaketteja matkailijoille, joissa voi tutustua elokuvan Sound of Music - Laulava Trappin perhe -kuvauskohteisiin. (Roesch 2009, 10.)

4 Työhyvinvointi

4.1 Työhyvinvoinnin näkyminen ja edistäminen työpaikoilla

Työhyvinvointi ja työssä jaksaminen on jokaista työntekijää koskettava asia. Työvoiman ikääntymisen vuoksi niiden merkitys on kasvanut. Vastuu kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnin edistymisestä jakaantuu yksilön, yrityksen ja yhteiskunnan kesken. (Von Brandenburg 2007, 180.) Työhyvinvointi tarkoittaa sujuvaa ja mielekästä työtä. Työympäristön ja työyhteisön tulee olla terveyttä edistävä, turvallinen ja työuraa tukeva. Yksilötasolla työntekijän tulee tuntea innostunei-

suutta työhönsä ja kokea se palkitsevaksi. Tätä tukee esimerkiksi onnistumisen kokemukset työssä sekä myönteisen palautteen saaminen suhteessa työpanokseen. (Vauhkonen 2011a.)

Työyhteisön hyvinvointi näkyy vuorovaikutuksessa ja avoimessa tiedonkulussa työntekijöiden kesken. Ongelmista uskalletaan puhua, niitä ratkotaan rakentavasti ja hallintavalmiudet muutokseen ovat tehokkaita. Työterveydenhuolto ja työsuojelu kuuluvat terveeseen työyhteisöön. Johdon, esimiesten ja työntekijöiden yhteistyö on työhyvinvoinnin edistämisen perusta. Keskeisessä asemassa ovat myös työterveyshuolto, henkilöstötoimi, työsuojeluhenkilöstö ja luottamusmiehet. Parhaimmillaan kaikki työntekijät tuntevat ja tiedostavat vastuunsa ja tavoitteensa sekä kokevat voivansa hyödyntää osaamistaan kannustavassa työilmapiirissä. (Vauhkonen 2011b)

Työntekijän innostuneisuutta työhön kuvaa työn imu -käsite. Se tarkoittaa myönteistä motivaatio- ja tunnetilaa, jolloin työntekijä tuntee työnsä haasteelliseksi, inspiroivaksi ja merkitykselliseksi. Työn imussa oleva työntekijä on työstään ylpeä, omistautunut ja tarmokas eikä lannistu vastoinkäymisistä. (Tjäder 2011a.) Työuupumus ja kyllästyminen työhön ovat työn imun vastakohtia. Tällöin työntekijä ei panosta työhönsä eikä koe sitä itselleen mielekkääksi. (Vauhkonen 2011a.) Heikentynyt työsuoritus ilmenee muun muassa sairauspoissaoloina ja huonontuneena työmotivaationa. Onkin tärkeää ylläpitää hyvinvointia työpaikalla sekä vapaa-ajalla. (Aho 2010.)

Työhyvinvoinnin edistämiseksi työpaikoilla tulee vahvistaa ja lisätä työn imulle suotuisia asioita. Epätietoisuutta ja kuormittavia asioita tulee vähentää, jolloin ehkäistään työuupumusta. Työhyvinvoinnin ongelmat ilmenevät sekä ryhmä- että yksilötasolla. Ryhmätasolla ongelmat näkyvät konflikteina sekä asiattomana kohteluna ja yksilötasolla ne ilmenevät työssä jaksamisessa. (Aho 2010.) Lähdetessä vahvistamaan suotuisia asioita on määriteltävä, mitkä asiat ja olosuhteet ovat tärkeimmät tietylle työntekijälle tai työyhteisölle. Hyvä ilmapiiri, esimiehen tuki vai vaikutusmahdollisuudet työhön ovat keskeisimpiä työnvoimavaroja ja ne ovat melkein kaikkialla. Työyhteisöjen kaikkien osapuolten näkemykset, ideat ja osallistuminen ovat kehittämistyössä tärkeitä. (Tjäder 2010a.)

4.2 Tykytoiminta ja -matkailu

Tykytoiminta on nykymuodossaan suomalainen innovaatio ja matkailustrategioissa sen on mainittu olevan yksi kehittämisen painopistealue. Sana tykytoiminta tulee työkykyä ylläpitävästä toiminnasta mutta tyky -lyhennelmän käyttö on yleistynyt. Alkunsa tykytoiminta sai 1989, kun keskeiset työmarkkinajärjestöt sopivat tulopoliittisen sopimuksen yhteydessä suositukseksi tykytoiminnan järjestämisestä työpaikoilla. 1990-luvun alusta tykytoiminta on sijoitettu työterveyshuoltosäännöksiin ja siitä lähtien se on ollut myös osana yritysten työsuojelua ja henkilöstön kehittämisohjelmia. (MEK 2005, 12.) Tykytoiminnasta puhuttaessa tarkoitetaan jokaisen työelämässä olevan työ- ja toimintakyvyn tukemista ja edistämistä. Työkyvyn edistäminen on yhteistyötä työntekijöiden, työnantajan sekä yhteistyöorganisaatioiden välillä ja ammattitaitoisesti toteutettuna se tukee työssä jaksamista ja työkyvyn säilymistä. (Tjäder 2010b.)

Perusta työkyvylle muodostuu terveydestä sekä fyysisestä, psyykkisestä ja sosiaalisesta toimintakyvystä. Työkykyyn vaikuttaa myös yksilön ammatillinen osaaminen ja sen merkitys on viime vuosina korostunut. Arvot, asenteet ja motivaatio ovat työkyvyn osatekijöitä ja työelämän yhteen sovittaminen muuhun elämään vaikuttaa näihin. Työpaikan viihtyvyys ja esimiestyö ovat myös työkyvyn määrittelijöitä. Kaikki osa-alueet tukevat toisiaan ja niitä tulee kehittää työkyvyn parantamiseksi. (Tjäder 2010c.) Arvioitaessa työkykyä suhteutetaan se ihmisen voimavaroihin. Näitä ovat esimerkiksi terveys, koulutus, osaaminen, motivaatio ja työtyytyväisyys (MEK 2005, 12). Voimavarojen tarve riippuu työn vaatimuksista, työyhteisöstä ja työympäristöstä (Tjäder 2011b).

Tykytoimintaa tulee kehittää tulevaisuudessa niin, että työelämän muuttuvat tarpeet otetaan huomioon. Fyysisen työkyvyn lisäksi tärkeää on myös työntekijän henkinen hyvinvointi ja sopeutumiskyky työyhteisössä. Enemmän huomiota tulee kiinnittää myös eri syistä työrajoitteisten ja vajaakuntoisten työkyvyn säilyttämiseen. Toimiva työyhteisö saa aikaan parempia tuloksia, jolloin myös yrityksen kannattavuus paranee. (Tjäder 2011b.)

Tykymatkailu on terveysturmatkailun osa-alue, joka tarkoittaa työnantajien ja työntekijöiden toteuttamaa toimintaa, tarkoituksenaan pitää työkykyä yllä (MEK 2005, 13). Se on yhdistelmä hyvinvointi- ja terveydenhoitomatkailua (Suontausta & Tyni 2005, 40). Tykymatkat suunnataan aina työpaikan ulkopuolelle ja niitä toteuttavat matkailualan yrittäjät. Työnantaja on pääasiallinen tykymatkojen kustantaja (MEK 2005, 13). Mielestämme tykymatkojen markkinointi tulee kohdentaa pääasiassa yritysten ja organisaatioiden esimiehille.

4.3 Kehittyminen tykytoiminnasta tyhytoiminnaksi

Työkykyä ylläpitävän toiminnan rinnalle on tullut käsite työhyvinvoinnin edistäminen, tyhytoiminta. Työpaikoilla tämä kehittämistoiminta ulottuu laaja-alaisesti eri alueille. On todettu, että hyvinvoiva henkilöstö on yhteydessä organisaation taloudelliseen menestymiseen. Parhaimmillaan tyhytoiminta on työn, työolojen, työyhteisön sekä yksilön työkyvyn ja hyvinvoinnin edistämistä, jossa huomioidaan myös muutoksen hallinta. Työhyvinvoinnin edistäminen tulee näkyä osana organisaation jatkuvaa toimintaa ja tätä voidaan tukea erilaisilla hankkeilla, joilla henkilöstön motivaatiota aktivoidaan. (Rauramo 2011.)

Yritykset voivat järjestää niin sanottuja tyhyypäiviä, joilla edistetään työhyvinvointia työpaikan ulkopuolella virkistystoiminnan muodossa. Erilaisia vaihtoehtoja voivat olla muun muassa laivaseminaarit, kylpyläviikonloput ja kulttuuritapahtumat (Suontausta & Tyni 2005, 72). Kun tykytoiminnassa painotetaan enemmän henkilöstön fyysistä hyvinvointia, tuo tyhytoiminta mukaan myös henkisen hyvinvoinnin osa-alueet. Näitä tarpeita vastaamaan apu löytyy esimerkiksi kulttuurimatkailusta osana tyhytoimintaa. Suunnittelemamme tyhyypaketti vastaa juuri näihin tarpeisiin yhdistämällä elokuvamatkailun ja työhyvinvoinnin osa-alueita.

4.4 Matkailun yhdistäminen työhyvinvointiin

Työhyvinvointimatkailu on terveysturmatkailun osa-alue, mutta sitä ei ole eritelty esimerkiksi Matkailun edistämiskeskuksen käsitelmäärittelyssä. Se muistuttaa

kuitenkin paljon tykymatkailua. Matkailuyritysten tykytuotteet painottavat yleistä fyysistä kuntoa ja terveydestä huolehtimista liikunnallisten palvelujen muodossa. (Jänkälä, Kangastie, Rahkola, Tekoniemi-Selkälä & Tolvanen 2010, 28–29). Työhyvinvointimatkailu tuo tähän uusia ulottuvuuksia.

Työhyvinvointimatkailun tarkoituksena on edistää työhyvinvointia kokonaisvaltaisesti ottaen sen osa-alueet huomioon. Työhyvinvointimatkailutuote voi koostua esimerkiksi terveyteen, liikuntaan ja kulttuuriin liittyvistä palvelumoduuleista sekä matkailun peruspalveluista kuten kuljetuksista, majoituksesta ja ruokailusta. Lisäksi tähän liitetään työhyvinvointipalvelut, jotka liittyvät asiakasorganisaation päämotiiviin eli siihen, mitä he palvelulta odottavat. (Jänkälä ym. 2010, 30–41.)

Työhyvinvointipäivään voidaan sisällyttää erilaisia työpajoja tai luentoja sekä toiminnallisia osuuksia. Ohjelma suunnitellaan yleensä osallistujien tarpeiden ja tavoitteiden mukaiseksi, jotta tyhypoivän asiakas saa haluttuja tuloksia. (Treasure Coaching 2011a.) SF-Filmikylän tyhypoivettiin olemme huomioineet niin asiakastytytyväisyyskyselyistä saadut toiveet kuin asiakkaiden tekemät tiedustellut uusista palvelupaketeista.

5 Kulttuuri ja hyvinvointi matkailussa

5.1 Kulttuuri osana teemamatkailua

Kulttuurikokemusten on todettu edistävän terveyttä ja vapaa-ajan kulttuuriharrastukset edistävät työssäjaksamista (Von Brandenburg 2007, 182). Kulttuurikokemukset edistävät yhteisöllisyyttä ja työhyvinvoinnin kannalta kulttuuri on osa-alue, joka tulee huomioida esimerkiksi suunniteltaessa työpaikalle tyhypoivää. Käsitteenä kulttuuri on laaja ja sitä on määritelty monella eri tavalla. Kulttuuri ulottuu monipuolisesti elämän eri alueille ja se näkyy niin tavoissa, totumuksissa kuin taiteessakin. Onkin vaikeaa määritellä yhtä tiettyä luonnehdintaa kulttuurin käsitteestä. Kulttuuri näyttäytyy yksilöllisesti ja sen kokeminen ja mer-

kitys on jokaiselle erilainen. Kulttuurilla tarkoitetaan yhteisten ajatusten, määritelmien, tarkoitusten ja sääntöjen esiintymistä ihmisten elämäntavassa. Se on käsitejärjestelmä, jonka puitteissa ollaan yhteydessä toisiinsa ja se siirtyy sukupolvelta toiselle. (Hyypä & Liikanen 2005, 13.)

Teemamatkailu käsittää monta osa-aluetta, joista yksi on kulttuurimatkailu. Matkailun muotona teemamatkailu kietoutuu jonkin ennalta määrätyn aihealueen ympärille. Teemamatkailua ovat esimerkiksi luonto-, liikunta-, hyvinvointi-, perinne- ja kulttuurimatkailu. Kulttuurimatkailun teemoina voi olla esimerkiksi tunnettu elokuva, tapahtuma, kirja tai yhtye. Esimerkiksi Roomassa järjestetään Dan Brownin tunnettuun useille eri kielille käännettyyn *Enkelit ja demonit* -teokseen perustuvia teemamatkoja, jossa tutustutaan sen tapahtumapaikkoihin ja niihin liittyviin tarinoihin (Lomalinja 2011). Suomeenkin kaivattaisiin vastaavanlaisia teemamatkailutuotteita. Esimerkiksi Elias Lönnrotin kirjoittaman suomalaisten kansalliseepoksen, Kalevalan ympärille on hyvät lähtökohdat luoda houkutteleva matkailutuote, joka voisi herättää kiinnostusta myös ulkomailla. Kalevalasta on tehty teatteri- ja elokuvatuotantoja, joten aihe on liitettävissä elokuvamatkailuun.

Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia voimavaroja käyttäen matkailutuotteita niin paikallisille kuin alueen ulkopuolisille asiakkaille. Tavoitteena on elämyksien luominen ja alueen kulttuurista oppiminen. (MEK 2008.) Voimavaroja kulttuurimatkailussa ovat kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama. Näitä ovat esimerkiksi historia, kulttuurimaisemat, tapahtumat ja rakennetut ympäristöt (MEK 2008). Matkailutoiminnalla on myönteinen vaikutus kulttuurin kehittymiseen ja sitä on alettu hyödyntämään entistä enemmän osana matkailupalveluja (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 40).

5.2 Työhyvinvointimatkailutuote

Työhyvinvointimatkailutuote eroaa perinteisistä työhyvinvoinnin kehittämismenetelmistä ja tuo kontrastia arkielämään. Palveluihin voi sisältyä elämyksellisiä matkailupalveluita. (Jänkälä ym. 2010, 39.) Matkailuelämys on moniaistinen, myönteinen, yksilöllinen ja muistijäljen jättävä kokemus (Tarssanen 2007, 11–

14) ja elämyksen kokeminen on yksi työhyvinvointimatkan tavoitteista. Arjesta ja tavallisesta työpäivästä irtautuminen tuo vaihtelua ja samalla työntekijät saavat mahdollisuuden tutustua toisiinsa työelämän ulkopuolella.

Työhyvinvointimatkailutuotteet laaditaan vastaamaan organisaatioiden tarpeita niin, että ne ovat kokonaisuuksia, jotka tukevat työhyvinvoinnin eri osa-alueita. Omaleimaista on, että työhyvinvoinnin edistäminen voidaan yhdistää elämykselliseen toimintaan luonnossa, terveelliseen ravintoon ja kulttuuriperinteisiin. Tuotteen suunnittelussa yhdistetään palvelua käyttävän organisaation, työhyvinvoinnin asiantuntijoiden ja matkailupalvelutuottajien osaaminen. (Jänkälä ym. 2010, 42–43.)

Työhyvinvointimatkailutuotteesta erityisen tekee, että osallistujille se on osa työhyvinvoinnin kehittämistä organisaatiossa. Kun työhyvinvointimatkailutuotteen suunnittelussa on mukana eri alojen osaajia, saadaan tuotteesta mahdollisimman kattava. Työhyvinvoinnin asiantuntijat vastaavat asiakkaiden tarpeeseen ja matkailun näkökulma luo tuotteesta asiakaslähtöisen matkailutuotteen. (Jänkälä ym. 2010, 43.) Suunnitteluvaiheessa matkakohteen tarjoamat tekemisen ja kokemisen mahdollisuudet eli sen vetovoima on otettava huomioon (Suontausta & Tyni 2005, 188). Matkakohteessa luonto, ohjelmapalvelut ja ryhmätöille soveltuvat tilat ovat tärkeitä, jotta työhyvinvointimatkailutuote vastaisi sen tarkoitusta (Jänkälä ym. 2010, 44).

Työhyvinvointiteeman sovittaminen muuhun toimintaan on tärkeä osa ennakko-suunnittelua. Ajankäytön suunnittelussa voidaan ottaa osallistujien toiveet huomioon. Tuotteeseen sisällytetään elämyksen elementit sekä työhyvinvointitoimintaan liittyvä oppiminen ja kehittäminen. Koulutukseen liitetyt ohjelmapalvelut motivoivat osallistujia ja auttavat uuden oppimista. Ohjelmapalveluja suunniteltaessa tulee kiinnittää huomiota niiden koettuihin merkityksiin yksilön ja ryhmän kannalta (Jänkälä ym. 2010, 44–45). Näin tuetaan hyvinvointia ja yksilön terveyttä.

6 SF-Filmikylällä toteutettava työhyvinvointipaketti

6.1 Toimintamenetelmät

Työmme on toiminnallinen opinnäytetyö, joka tässä tapauksessa tarkoittaa työhyvinvointipäivän suunnittelua sekä toteutusta. Pääpainona on tyhypoivän ohjelmallisen osuuden tekeminen. Suunnittelemme ja toteutamme työn yhdessä erillisiä harjoitusaineita lukuun ottamatta. Koko prosessin ajan olemme pitäneet työpäiväkirjaa, johon olemme koonneet havaintoja, mahdollisia lähteitä ja tärkeitä tietoja. Työpäiväkirjat toimivat opinnäytetyön kirjoittamisprosessin tukena.

Toimintamenetelmiimme kuuluu lisäksi havainnointi, jota olemme tehneet työskennellessämme SF-Filmikylällä. Tämä havainnointi oli silloin arkipäiväistä, emmekä tienneet havaintoja tehdessämme, että tulemme käyttämään havainnointiamme tulevaisuudessa opinnäytetyössämme. Havainnointi menetelmänä tarkoittaa aineiston keräämistä sekä uusien havaintojen, tutkimuskohteiden, tuottamista. Tieteellisessä havainnoinnissa tärkeää on olla järjestelmällinen ja havainnoinnin tulee olla suunniteltua sekä kriittistä. Havainnointi on jaettu viiteen havainnointitapaan. Nämä ovat tarkkaileva havainnointi (ulkopuolinen havainnointi), osallistuva havainnointi (sisällä toiminnassa havainnointi), aktivoiva osallistuva havainnointi (toimintatutkimus), kokemalla oppiminen ja piilohavainnointi. (Vilkkä 2006, 5,42.) Opinnäytetyöprosessimme aikana aktiivisinta havainnointi oli ohjelmallisen osan testauksessa. Havainnointimme oli silloin vapaamuotoisempaa osallistuvaa havainnointia, koska ohjelmallisen osan testaus tapahtui hyvinkin nopealla aikataululla. Testipäiviä oli alkuperäisen suunnitelman mukaan kaksi. Aikatauluongelmien vuoksi pystyimme toteuttamaan testipäivän vain kerran. Havainnoinnin oli tarkoitus olla systemaattisempaa toisena testipäivänä ja tarkoituksenamme oli olla ulkopuolisia havainnoijia.

Olemme hyödyntäneet työkokemuksemme kautta tekemiämme havaintoja rakentaessamme tyhypoiväpakettia. On tärkeää seurata testiryhmän reaktioita sekä yleisesti tarkkailla päivän onnistumista toteutuksen aikana. Testiryhmästä tehty havainnot päivän onnistumisesta antavat suuntaa siitä, millainen lopullisesta

tuotteesta muotoutuu. Esimerkiksi testiryhmän ja tulevien asiakasryhmien tarpeet saattavat erota toisistaan. Paketin tulee olla muunneltavissa eikä yhdestä ohjelmallisen osuuden testauksesta saadut tulokset ole yleistettävissä kaikkiin mahdollisiin asiakasryhmiin. Tyhypakettitoiminnan ollessa käynnissä, tehdään asiakaskyselyjä ja tätä kautta kokoajan kehittää palvelupaketin laatua.

6.2 Tyhypaketin sisältö

Elokuvista virkistykseksi -työhyvinvointipaketin sisältö sai alkunsa toimeksiantajan sekä SF-Filmikylän työntekijöiden kanssa käydyistä keskusteluista sekä aikaisemmista kokemuksistamme virkistyspäivätoiminnasta. Tyhypakettimme on päivän mittainen ohjelmakokonaisuus. Päivä alkaa opastetulla kierroksella filmikylän lavasteissa, jolloin tutustutaan Karjalan kunnailla -televisiosarjan kuvauskohteisiin ja luodaan yleiskatsaus Suomen Filmiteollisuuteen. Samalla asiakasryhmä saa kuvan ympäristöstä, jossa tyhypäivän toiminnallinen osuus toteutetaan. Olemme suunnitelleet räätälöitävää kokonaisuutta, joka on muokattavissa esimerkiksi ryhmäkoon ja toteutusympäristön mukaan. Tyhypäivään sisältyy ruokailu/kahvitus ja siihen on mahdollista liittää sauna- ja kokoustilojen käyttö.

Toiminnallinen osuus koostuu rastitehtävistä, joita varten suuremmat asiakasryhmät jaetaan noin viiden henkilön pienryhmiksi. Osallistujille jaetaan alueen kartta, josta näkee eri rastien sijainnit. Lavasteissa oleviin rasteihin laitetaan selkeät ohjetaulut ja opasteet, koska joka pisteellä ei ole omaa toiminnan johtajaa. Olemme koonneet ohjeistuksen (liite 1), joka sisältää rasteilla olevien ohjetaulujen sisällön sekä oppaiden tarvitseman tiedon rastien toteutuksesta. Toiminnallisen osuuden päätyttyä, ryhmä kootaan yhteen, jolloin pidetään loppuhuipennus. Loppuhuipennuksen yhteydessä osallistujille jaetaan diplomit tyhypäivästä.

Lavasteisiin suunniteltuja rasteja ovat muun muassa tietovisa, kuoroharjoitukset ja koekuvaus. Rastit liittyvät Suomen Filmiteollisuuteen, elokuvan tekoon ja Karjalan kunnailla -televisiosarjaan. Pakettia saa yksilöityä ryhmän mukaan esimerkiksi, jos ryhmällä on toiveena omaan yritykseen liittyvä tietovisa. Rasteja

toiminnallisella osuudella on kuusi kappaletta, mutta määrää voi vaihdella olosuhteiden mukaan. Esimerkiksi säätilojen muutokset tai ryhmäkoon suuruus vaikuttavat toteutettavien rastien määrään.

6.3 Rastien sisältö

Rastien nimet perustuvat filmikylällä kuvatun Karjalan kunnailla -televisiosarjan hahmoihin ja hahmot tulevat tutuiksi viimeistään opastetun kierroksen aikana. Ensimmäinen rasti sijoittuu Jumppasten pihaan ja vajaan, jonne sijoittuu taide-tehtävä, jossa yhdessä tekemällä aikaan saadaan päivästä jäävä muisto. Toinen ja kolmas rasti ovat kesäteatterin (kuva 2) ja Kaisan kaupan puitteissa, jossa järjestetään leikkimieliset koekuvaukset. Koekuvauksiin on suunniteltu valmiiksi tilanteet ja hahmot, joita osallistujat esittävät. Koekuvattavia voidaan esimerkiksi pyytää esittämään annettu tilanne eläytyen lapseksi. Toiveena on, että koekuvaus tallennetaan videokameralle ja siitä jää myös muisto osallistujille. Kaisan kaupassa pienryhmä kokoaa jonkun sarjassa esiintyvän hahmon ostoskorin. Ryhmä joutuu yhdessä miettimään, mitä esimerkiksi Jumppasten pojat kokoaisivat ostoskoriinsa kauppareissulla. Rastit suoritettuaan siirtyään Kirstilään.



Kuva 2. Kesäteatterin lavasteet. (Kuva: Päivikki Kinnunen.)

Kirstilän kirjastossa luvassa on tehtävä, jossa vaaditaan Miikkula-tietoutta. Ryhmäläisten on ratkaistava ristisanatehtävä, joka liittyy televisiosarjaan. Kysymysten vaikeustaso vaihtelee ja vaikeimpiin kohtiin vihjeitä voi löytää Kirstilän

kirjaston uumenista. Kirstilän jälkeen matka jatkuu Pappilan pihaan (kuva 3), jossa pidetään kuoroharjoitukset. Tehtäväpaikalla opas vastaanottaa ryhmän ja toimii kuoronvetäjänä. Tarkoituksena on kymmenen minuutin aikana harjoitella ensimmäinen säkeistö ”Yö väistyy” -kappaleesta, joka on Karjalan kunnailla -televisiosarjan tunnuskappale. Ennen laulamista ryhmän tulee täydentää tyhjäksi jätetyt kohdat heille jaetuista laulun sanoista. Ryhmä ei tässä vaiheessa vielä tiedä, että he pääsevät laulamaan kappaleen yhdessä kaikkien tyhypsäivään osallistuneiden kanssa loppuhuipennuksessa. Pappilan jälkeinen rasti sijaitsee kasvihuoneella, jonne olemme suunnitelleet sommittelutehtävän. Tehtävässä sommitellaan tiettyyn Karjalan kunnailla -televisiosarjan lavasteeseen sopiva kasvi- tai kukka-asetelma. Tehtäväpaikalta löytyvät tarvittavat materiaalit kuten tekokukat, siemenet ja istuttamisvälineet. Viimeiseksi tiedossa on loppuhuipennus, jossa koko tyhypsäivään osallistuva ryhmä kootaan yhteen. Pappilan kuoroharjoitustehtävässä opeteltu säkeistö lauletaan yhdessä ja osallistujille jaetaan diplomit tyhypsäivästä.



Kuva 3. Pappilan portaat. (Kuva: Päivikki Kinnunen.)

Filmikylän ollessa ulkoilmastudio, on sinne suunniteltu niin sanottuja puolitiloja, jotka mahdollistavat kuvaukset eri sääolosuhteissa. Tämä hyödyttää myös mei-

tä, koska sateen sattuessa on mahdollista siirtyä tekemään tehtäviä sateen suojaan. Puolitilat eivät ole suuria mutta riittävät pienryhmille, koska tiloihin mahtuvat myös erikokoiset kuvausryhmät. Loppuhuipennuksessa koko ryhmä on yhdessä ja tässäkin asiassa on otettu säätilat huomioon. Kesäteatterin katettu katsomo mahdollistaa suurenkin ryhmän kokoontumisen suojassa sateelta ja tuulelta.

6.4 Tyhypaketin hinta ja aikataulu

Pyrimme suunnittelemaan paketin niin, että rahoituksen tarve on vähäinen. Suurin osa ohjelmalliseen osaan tarvittavista materiaaleista löytyy jo filmikylältä valmiiksi, kuten rekvisiittatarvikkeet ja videokamera. Opastetun kierroksen ryhmähinta on 14 euroa henkilöltä, joista joka 16. on ilmainen. Ryhmien minimikoko on 20 henkilöä ja suunnittelimme tyhypaketin minimiryhmäkooksi samaa. Ruokailun hinta riippuu tilattavasta menusta. Ruokailut on tarkoitus tilata Kontiolahdella sijaitsevasta ravintola Mennasta, joka hoitaa muutkin filmikylän pitopalvelut. Menujen hinnat vaihtelevat 11 ja 23 euron välillä henkilöä kohden.

Ohjelmallisen osuuden hinnoittelussa tulee huomioida muun muassa tarvittava työvoima ja käytettävät materiaalit. Työntekijöitä ohjelmalliselle osuudelle tarvitaan vähintään kolme. Yhden tulee työskennellä koekuvausten parissa, yhden Pappilassa kuoronvetäjänä ja yhden Kaisan kaupassa toteutettavalla rastilla. Oppaat myös vahtivat muiden rastien kulkua sekä ajankäyttöä. Olemme koonneet esimerkkibudjetin (liite 2), joka antaa suuntaa tyhypäivän rahoituksen tarpeesta. Kun rahoituksen tarve on tiedossa, voidaan tuotteelle määritellä hinta. Esimerkkibudjetissa ohjelmallisen osuuden hinnaksi laskettiin 16 euroa osallistujaa kohden. Tämän osuuden hinta tulee luultavasti nousemaan, koska ohjelmalliselle osuudelle tarvitaan useampi opas ja enemmän valmistelutyötä opastettuun kierrokseen verrattuna. Opastetun kierroksen hinta oli pohjana hinta-arviolle.

Tämän hetkinen hinta koko paketille on noin 50 euroa asiakasta kohden. Siihen sisältyy opastettu kierros, ruokailu, kahvitust sekä ohjelmallinen osa. Esimerkiksi

20 hengen tyhypäivä tulee kustantamaan noin 950 euroa. Kun tästä hinnasta vähennetään aiheutuneet kulut sekä ruokailun hinta, jää erotukseksi noin 460 euroa. Esimerkkibudjetista puuttuu oppaiden palkkojen osalta työnantajamaksut kuten sosiaaliturva- ja työeläkemaksut. Olemme laskeneet palkat tuntipalkkion mukaan. Lopullista budjettia on hankala laskea, koska siihen vaikuttavat myös esimerkiksi mahdolliset siivouskulut sekä kokous- ja saunatilojen käyttöaika.

Tyhypäivän kestoksi olemme suunnitelleet noin neljää tuntia ja koonneet päivälle alustavan aikataulun (liite 3). Rastia kohden olemme alustavasti varanneet aikaa kymmenen minuuttia, jonka lisäksi tulee huomioida liikkumiseen menevä aika. Ohjelmallisen osuuden jälkeen on luvassa ruokailu SF-kahviossa, jolle on varattu aikaa tunnin verran. Tämän jälkeen on mahdollista siirtyä kokous- ja saunatiloihin, jotka sijaitsevat kahvion vieressä. Tyhypäivää ei ole mahdollista toteuttaa niinä aikoina, kun filmikylällä on muuta matkailutoimintaa, kuten opastettuja kierroksia ja kesäteatteriesityksiä.

Tyhypäivä on erikseen tilattava paketti, joka toteutetaan filmikylän muun toiminnan ulkopuolella. Ryhmä voi muokata tyhypäivästä omia tarpeita vastaavan. Esimerkiksi ruokailut ja kahvitukset ovat erikseen sovittavissa. Ryhmä voi halutessaan ruokailla jo heti opastetun kierroksen jälkeen tai vasta ohjelmallisen osuuden päätyttyä. Valittavana on myös, haluaako ryhmä sekä kahvituksen että ruokailun vai pelkästään jommankumman.

Olemme koonneet tyhypaketista tuotanto- ja kulutuskaavion (liite 4). Kaavion tarkoitus on kartoittaa asiakkaan kokemat toiminnot, joita hän eri palvelutilanteen vaiheissa kokee (Boxberg & Komppula 2002, 22). Osa toiminnoista on asiakkaalle näkyviä, kuten opastetulle kierrokselle osallistuminen. Löytyy myös toimintoja, jotka ovat edellytyksenä tyhypäivän toteutumiselle mutta niitä asiakas ei välttämättä näe. Näitä taustatoimintoja ovat esimerkiksi ohjelmallisen osan valmistelutyöt.

7 Työhyvinvointipaketin ohjelmallisen osan testaus

7.1 Ohjelmallisen osan testauksen taustat

Ohjelmallisen osan testaus tapahtui Suomen Filmiteollisuuden oman ”virkistyspäivän” yhteydessä lauantaina 17.9.2011 SF-Filmikylällä. Toimeksiantajamme toiveena oli nähdä kokoamamme tyhypoivän ohjelma ja samalla saada tekemistä virkistyspäivään. Virkistyspäivään kokoontui vanhoja ja nykyisiä Suomen Filmiteollisuuden työntekijöitä, joista testiryhmämme muodostui. Yhteensä ohjelmalliseen osuuteen osallistui 24 henkilöä ja meidän oppaiden lisäksi auttamassa oli toimeksiantajamme poikansa kanssa. Tarkoituksena oli alustavasti kokeilla, miten eri rastit toimivat ja tarkkailla ajankäyttöä. Ohjelmallinen osuus alkoi klo 19.00, joten oli alkanut jo hämärtää. Testipäivästä on koostettu aikataulupohja (liite 3).

Ajan ollessa rajallinen ja toimiessamme itse oppaina, ohjelmallista osaa räätälöitiin päivään sopivaksi. Pienryhmien sijaan jaoimme virkistyspäivään osallistujat kahteen ryhmään, joten ryhmäkoko jäi suuremmaksi kuin alun perin oli suunniteltu. Ryhmien mukana oli koko ajan opas, joten emme päässeet kokeilemaan rastien kirjallisten ohjeiden toimivuutta. Jatkossa osa rasteista tehdään omatoimisesti ilman oppaan ohjausta. Näillä rasteilla tulee olla selkeät kirjalliset ohjeet. Ohjelmallista osaa tuli muuttaa myös sitä toteutettaessa, koska ilta alkoi jo hämärtää. Ryhmän oli esimerkiksi hankala nähdä tehtävänantoja illan pimeässä. Oppaan mukana olo koko ohjelmallisen osuuden ajan osoittautui tässä tapauksessa positiiviseksi, koska jokaisella rastilla pystyttiin antamaan sanallinen ohjeistus. Eri tehtävarasteja varten olimme koonneet rastikohtaiset ohjeistukset sekä niissä tarvittavat materiaalit (liite 5).

7.2 Tehtävarastien järjestys

Päivikin ryhmä aloitti tehtävien tekemisen Jumppasten rastilta ja Piijan ryhmän alkurastina toimi Kirstilä (kuva 4). Jumppasilta aloittanut ryhmä jatkoi matkaan-

sa Kaisan kauppaan ja kaupan takana olevalle kesäteatterin lavalle. Ryhmä jakaantui tässä vaiheessa hetkeksi kahteen osaan, noin kuuden hengen ryhmiin. Kun kesäteatterin lavalla koekuvaukset olivat pienryhmän osalta ohi, vaihtoivat he vuoroa Kaisan kaupassa tehtävää suorittavan ryhmän kanssa. Kun kumpikin pienryhmä oli käynyt rastit läpi, siirtyi porukka taas isompänä ryhmänä seuraavaan lavasteeseen, Kirstilään, ratkaisemaan ristisanatehtävää. Kirstilästä matka jatkui Pappilan kuoroharjoituksiin, jonka jälkeen vuorossa olisi ollut kasvihuoneen istutustehtävä, mutta valitettavasti oli jo liian pimeää kyseisen rastin suorittamiselle.



Kuva 4. Kirstilä. (Kuva: Päivikki Kinnunen)

Kirstilästä aloittanut Piijan ryhmä jatkoi ristisanatehtävä -rastin jälkeen matkaa Pappilan kuoroharjoituksiin. Kuoroharjoitusten jälkeen oli aika mennä tekemään Kasvihuoneen istuttamistehtävää (kuva 5). Piijan ryhmä ehti toteuttaa istutustehtävän valoisan aikaan ja tehtävää tehdessä ryhmälle syntyi hyviä kehittämisideoita rastille. Kasvihuoneelta ryhmän matka jatkui Jumppasten taidetehtävän kautta Kaisan kaupalle, jonne koekuvauksia pitäneet olivat siirtyneet illan hämärtyessä. Kaupassa ryhmäläiset esittelivät Jumppasilla tekemänsä taidetokset kameralle. Piijan ryhmän osalta kauppatehtävä sekä koekuvaukset jäivät tekemättä.



Kuva 5. Kasvihuone ja Pappila. (Kuva: Päivikki Kinnunen.)

7.3 Ryhmien onnistuminen ja kehitysideat

Kirstilän tehtävärastia tehdessä sekä Piijan että Päivikin ryhmät jaettiin kahteen pienempään ryhmään tekemään heille varattuja ristisanatehtäviä. Koska kyseessä oli Suomen Filmiteollisuudella työskennelleet ihmiset, joille kaikille Karjalan kunnalla -televisiosarja on tuttu, ei heille piilotettu vihjeitä Kirstilän kirjaston kirjojen väliin. Aikaa ristisanatehtävien tekoon ryhmällä meni noin viisi minuuttia, jonka jälkeen vastaukset tarkistettiin. Rastille oli varattu aikaa kymmenen minuuttia ja tämä osoittautui sopivaksi. Vaikka kaikki tehtävää suorittamassa olleet ovat työskennelleet Karjalan kunnalla -televisiosarjan parissa, huomasi silti, että osa ristisanatehtävän kohdista oli liian hankalia ja vihjeet olisivat olleet tarpeen. Tarkoituksena oli ratkaista tehtävä Kirstilän sisällä, mutta valoa ei siellä ollut riittävästi, joten ryhmäläiset tekivät ristisanatehtävät ulkona.

Kirstilästä ryhmä siirtyi Pappilan portaille kuoroharjoituksiin. Ennen kuin kuoroharjoitukset päästiin aloittamaan, tuli ryhmäläisten täyttää puutteellisiksi jätetyt laulun sanat. Sanat tarkistettuamme kappale laulettiin, vaikka rastille suunniteltu cd-soitin puuttuikin. Onneksi kappale oli ryhmäläisille suhteellisen tuttu. Taustanauhan puuttuminen olisi tuottanut hankaluuksia, jos kyseessä olisi ollut ryhmä,

joista harva olisi aiemmin kappaleen kuullut. Pappilaan varattu aika riitti hyvin. Päivikin ryhmän kohdalla Kuoroharjoitukset olivat viimeinen tehtävärasti, koska oli jo liian pimeää siirtyä suorittamaan Kasvihuonetehtävää. Piijan ryhmä ehti kuitenkin suorittaa kyseisen rastin.

Kuoroharjoituksien jälkeen Piijan ryhmä siirtyi kasvihuoneelle istutustehtävän pariin. Siellä ryhmä jaettiin kolmeen osaan. Jokaiselle ryhmälle annettiin oma lavaste, johon heidän tuli tehdä istutukset. Tehtävää tehdessä ryhmäläiset tekivätkin kokonaiset kukka-asetelmat istutusten sijaan, mikä oli lopputulokseltaan paljon näyttävämpi ja ryhmäläisille miellyttävämpi tehdä. Kun kukka-asetelmat olivat valmiit, ryhmäläiset kertoivat, miksi juuri tietyt kasvit oli valittu tiettyyn lavasteeseen. Kasvihuonerastilla tärkeää on, että ryhmä koko pysyy pienenä, jotta kaikille riittää tekemistä.

Jumppasten rastilla ryhmät pääsivät tekemään taidetehtävän. Ryhmän saapuessa rastille, jaettiin se kahtia ja molemmat pienryhmät taiteilivat tusseilla joko kuvan Jumppasten perhepotretista tai piirsivät itsensä mukaan taideteokseen. Kaikilta pienryhmiltä perhepotretin tekeminen sujui hyvin ja ajankäytöltään rasti oli sopiva. Ryhmälle jolle Jumppasten perhe ei olisi televisiosarjasta tuttu, tehtävä voisi olla hankala, koska mielikuvituksen käyttöön menisi enemmän aikaa. Vaikea on myös sanoa, kuinka tehtävä olisi toiminut ilman opasta, koska ryhmäläisiä joutui neuvomaan tehtävän toteutuksen aikana. Jumppasten tehtävärastin kohdalla ohjeistusta tulee selkeyttää. Tämä otetaan tulevaisuudessa huomioon.

Päivikin ryhmä siirtyi Jumppasilta Kaisan kauppaan ja koekuvauksiin kahtena pienryhmänä. Kaupassa pienryhmä jaettiin edelleen kahtia ja molemmat saivat valita kipoista laput, joissa määriteltiin kenelle Miikkulan kylän asukkaalle heidän tuli ostoksia tehdä. Lapuissa oli myös kerrottu, mitä varten kyseinen henkilö kaupassa asioi. Esimerkiksi yksi pienryhmistä teki ostoksia tohtori Roseniuksen järjestämiä lastenjuhlia varten. Tämä tuottikin luovia ostopäätöksiä ryhmän sisällä. Pienryhmät esittelivät ostoksena toisilleen ja samalla kertoivat, miksi olivat päätyneet juuri valitsemiinsa tuotteisiin. Tehtävään varattu kymmenen minuuttia oli juuri sopiva aika sen tekemiseen.

Piijan ryhmän taideteosten ollessa valmiina Jumppasten rastilla, siirryttiin koko ryhmän kanssa Kaisan kaupan sisätiloihin. Valitettavasti Piijan ryhmän osalta tässä vaiheessa ulkona oli jo liian pimeää mennä tekemään koekuvaustehtävää. Ryhmän ison koon vuoksi päätettiin kauppatehtävän sijaan kaupassa esitellä kameralle taideteokset koekuvauksia pitäneen Satu Sadinkankaan opastuksella. Päivikin ryhmä oli ehtinyt esitellä taideteokset jo Jumppasten tehtävärastilla. Kun esittelyt olivat ohi, päästettiin testiryhmä palaamaan kokoustiloihin saunomaan ja jatkamaan iltaa, vaikka kaupassa olisi näin jälkeinpäin ollut oiva mahdollisuus pyytää palautetta ryhmältä suoraan kameralle tallennettuna. Ohjelmallinen osuus oli kuitenkin kaikille mieleinen, vaikka he eivät ehkä olleet varautuneet ulkona oloon. Yhteensä ohjelmalliseen osuuteen kului aikaa noin 50 minuuttia.

8 Tyhypäivän arviointi

8.1 Muunneltavuus

SF-Filmikylän matkailun epävarman jatkumisen takia on tärkeää, että tyhypäivän ohjelmallinen osuus voidaan muokata myös toiseen toteutusympäristöön. Esimerkiksi jonkin kesäteatterin yhteyteen rakennettu ohjelmallinen paketti voi mukailla meidän suunnittelemaamme pohjaa muun muassa tehtävärastien osalta. Joensuussa sijaitsevalla Sinkkolan tilalla esitettiin kesällä 2011 Ronja ryövärintytär kesäteatteriesitystä (Makkonen 2011).

Tyhypäivän muokattavuus meidän tyhypaketissamme tarkoittaa, että ohjelmallisen osuuden rastien sisällöt mukailevat teatteriesityksen tarinaa. Siihen on helposti liitettävissä esimerkiksi ristisanatehtävä, laulutehtävä (vrt. Kuoroharjoitukset) sekä lavasteen sommittelutehtävä (vrt. Kasvihuone). Ohjelmallinen osuus kulkee näin ollen valmiina olevan SF-Filmikylälle suunnitellun peruskaavan mukaan mutta kuitenkin noudattaen Ronja ryövärintytärestä tuttua tarinaa.

Peruskaava ohjelmallisen osuuden tehtävärasteille noudattaa tiettyjä teemoja huolimatta siitä, missä toimintaympäristössä ne toteutetaan. Olemme suunnitelleet tehtävät kolmen perusteeman ympärille, joita ovat taide, tieto ja tekeminen. Erilaiset teemat tarjoavat tehtäviin monipuolisuutta ja jokaisen teeman ympärille on rakennettavissa toimivat rastit toteutuspaikan mukaan. Tyhypäivän muokattavuus ja laajentaminen erilaisiin toimintaympäristöihin tarkoittavat osaltaan myös asiakasryhmien monipuolistumista. Pakettien ei välttämättä tarvitse kohdistua pelkästään työyhteisöille vaan niitä voidaan muokata esimerkiksi eläkeläis-, koululais- ja opiskelijaryhmille sopiviksi palvelukokonaisuuksiksi. Tyhypakettiamme voi hyödyntää esimerkiksi opiskelijoiden virkistyspäivän ohjelmassa.

Muokattavissa paketeissa tulee ottaa huomioon myös kahvitukset ja ruokailut. Esimerkiksi Joensuun alueella toteutettavissa paketeissa voitaisiin hyödyntää jotain tiettyä palveluntarjoajaa ravitsemispalvelujen osalta. Mielestämme tässä olisi mahdollisuus yhteistyöhön esimerkiksi Joensuun Popmuusikoiden ja Ravintola Kerubin kanssa. Ravintola Kerubi tarjoaa catering-palveluja, jotka soveltuvat erilaisiin maakunnassa järjestettäviin tilaisuuksiin (Kerubi 2011). Jos yhteistyömahdollisuus syntyisi, olisi tässä hyvä vaihtoehto tyhypaketin kokonaisvaltaiselle toteutukselle Joensuun alueella. Mahdollisia cateringpalveluja tarjoavia yhteistyökumppaneita Pohjois-Karjalan alueella löytyy muitakin.

8.2 Työhyvinvointipaketin SWOT-analyysi

Koostimme suunnittelemastamme Elokuvista virkistykseksi - työhyvinvointipaketista SWOT-analyysin (taulukko 1), jossa olemme pohtineet pakettiin liittyviä mahdollisuuksia, uhkia, heikkouksia sekä vahvuuksia. Tyhypaketin jatkon kannalta näiden aihealueiden käsittely on hyödyllistä. Tulevaisuuden muutostilanteisiin osataan varautua paremmin, kun ne tiedostetaan jo nyt. On hyvä myös tiedostaa tämän hetkiset vahvuudet ja kehittämistä vaativat osa-alueet. Varsinkin SF-Filmikylän matkailutoiminnan epävarma jatko on osaltaan pakottanut meidät pohtimaan toisia vaihtoehtoja paketin toteuttamiselle. SWOT-analyysi on tässä hyvä apuväline.

Taulukko 1. Tyhypaketin SWOT.

SWOT	
Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> - Työhyvinvoinnin huomioiminen kasvussa - Ainutlaatuinen pakettikokonaisuus → vetovoimaisuus - Kysyntä kasvussa - Tyhypaketin muunneltavuus 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> - SF-Filmikylän jatkon epävarmuus - Kulujen kasvu (henkilökunnan tarve) - Ohjelmallinen osuus suunniteltu ulkoilma käyttöön (vaihtelevat sääolosuhteet) - Ohjelmallisen osuuden vähäinen testaus
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> - Paketin muokattavuuden vuoksi asiakaskunta laaja - Laajentaminen eri asiakasryhmille - Tyhyypäivästä virkistyspäiväksi - Useat toteutusympäristöt - Yhteistyö/verkostoituminen alueen toimijoiden kanssa 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> - Matkailutoiminnan kehittäminen lakkaa - Markkinoinnin puuttuminen - SF-Filmikylän matkailutoiminnan loppuminen?

Vahvuuksia tyhypaketillamme on paljon. Tarkoituksenamme oli suunnitella ainutlaatuinen pakettikokonaisuus, jossa yhdistellään elokuvamatkailua ja työhyvinvointia. Koska työhyvinvoinnin merkitys on kasvussa, koemme pakettimme olevan ajankohtainen ja vastaavan kysyntään. Lisäksi elokuvamatkailua etenkin Pohjois-Karjalan alueella on alettu kehittämään ja matkailijoiden kiinnostus näkyy muun muassa SF-Filmikylän kävijämäärissä. Uudenlaisen toiminnan vetovoimaisuus tuo meille mahdollisuudet kehittää muunneltava palvelukokonaisuus, joka myös tulevaisuudessa kiinnostaa erilaisia asiakasryhmiä. Ohjelmallisen osan yhdistämisen helppous jo olemassa oleviin palveluihin on myös yksi työhyvinvointipakettimme vahvuus.

Olemme huomioineet myös tyhypakettimme heikkoudet. Elokuvamatkailun kehittämistyö on Suomessa vielä alussa ja tämä on sekä vahvuus että heikkous. Alaan liittyvät mahdollisuudet ovat hyvät mutta elokuvamatkailun kehittämisestä kiinnostuneita tekijöitä on vielä vähän. Elokuvamatkailun epävarmasta tilanteesta Pohjois-Karjalassa kertoo se, että SF-Filmikylällä ei näillä näkyminen enää opastettuja kierroksia järjestetä.

Ohjelmallista osuutta päästiin testaamaan vähän, joten paketin kokonaisuudesta ei saatu kunnollista kuvaa. Testipäivästä ei ilmennyt lopullista henkilökunnan tarvetta, joten on vaikeaa määritellä lopullisia kuluja. Jos oppaita tarvitaan enemmän kuin oli suunniteltu, nousevat myös toimeksiantajan palkkakulut huomattavasti. Ulkoilmakäyttöön suunniteltu ohjelmallinen osuus huomioi sääolosuhteet mutta aina kaikkeen ei pysty varautumaan. Myös paketin ympärivuotinen tarjoaminen voi olla hankalaa, koska ohjelma on suunniteltu toteutettavaksi kesällä. Muina vuodenaikoina pimeys ja kylmyys hankaloittavat toteutusta. Yksi mahdollisuus olisi tehdä paketista sisätiloihin sopiva kokonaisuus. Tällaista muunneltavaa pakettia voisi lähteä toteuttamaan esimerkiksi Joensuu Areenalla.

Vaikka tyhypäivällä on paljon mahdollisuuksia, tulee tulevaisuuden uhkatekijät huomioida. SF-Filmikylän jatkon epävarmuus on uhista suurin. Jos matkailutoiminta loppuu, ei myöskään Elokuvista virkistykseksi -työhyvinvointipakettia voida siellä enää toteuttaa. On tärkeää, että vaihtoehdot toiminnan jatkumiselle löydetään, vaikka uhkatekijä toteutuisi. Siksi meidän tyhypakettimme on suunniteltu muunneltavaksi. Kun paketti on muunneltava, se voidaan toteuttaa SF-Filmikylän lisäksi myös muissa ympäristöissä. Matkailutoimintaa täytyy jatkuvasti kehittää ja palvelutuotteen tulee vastata kysyntään. Suunnittelemaamme tyhypakettia täytyy markkinoida, jotta se saataisiin työyhteisöjen tietoisuuteen. Paketin sisältöäkin on oltava valmis kehittämään tulevaisuudessa. Uhkatekijänä onkin sellaisien työntekijöiden puuttuminen SF-Filmikylän palveluksesta, jotka ovat valmiita tyhypakettiamme kehittämään. Vaikka uhat on hyvä huomioida, tärkeämpää on keskittyä toteuttamaan mahdollisuuksia ja kehittämään olemassa olevia vahvuuksia.

Suunnittelemamme paketin muokattavuuden vuoksi, tyhypäivän mahdollisuudetkin kasvavat. Samaa tyhypäivän rakennetta voidaan käyttää eri ympäristöissä ja siihen voidaan liittää melkein mikä tahansa haluttu teema. Esimerkiksi kesäteatterinäytökset monesti pohjautuvat kirjallisuuteen sekä elokuvaan ja tämä tarjoaa mahdollisuuden kesäteatterin palvelutarjonnan laajentamiseen tyhypäivän muodossa. Paketin toteuttaminen eri teemalla uudessa ympäristössä olisi myös helppoa, koska materiaalien tarve tyhypäivän ohjelmassa on vähäinen ja

oppaiden määrä on muunneltavissa tarpeen mukaan. Pohjois-Karjalasta löytyy useita kymmeniä kesäteatterin harrastajia, joten yhteistyökumppaneita ja asiakaskuntaa luulisi tyhypaketillemme löytyvän.

Vaikka opinnäytetyömme keskittyy elokuvamatkailun ja työhyvinvoinnin yhdistämiseen, muu kulttuurimatkailuun liittyvä toiminta ei ole pois suljettua. Esimerkiksi musiikin ympärille rakentuvalle tyhypaketille voisi varsinkin Joensuussa olla kysyntää kaupungin ollessa tunnettu Ilosaarirock -musiikkifestivaalistaan. Yhteistyömahdollisuudet festivaalia järjestävän Joensuun Popmuusikot ry:n kanssa voisivat olla hyvät, koska toinen opinnäytetyön tekijöistä on toiminut Joensuun Popmuusikoiden alaisuudessa ja toimii yhä heidän vapaaehtoistyöntekijänä. Joensuun Popmuusikot ry on tunnettu myös maakunnan kehittämistyöstä, joten yhdistyksellä luultavasti riittäisi kiinnostusta palvelujen monipuolistamiseen. Joensuun Popmuusikot ry:n vuosittain järjestämä Rokumentti -rockelokuvafestivaali voisi olla yksi mahdollisuus musiikin, elokuvamatkailun ja tyhypakettimme yhdistämiselle.

Kiertoajelun ja elokuvamatkailun yhdistäminen oli yksi potentiaalinen vaihtoehto opinnäytetyömme aiheeksi ennen lopullisen aiheemme valintaa. Pohjois-Karjala tunnetaan yhtenä keskeisenä kuvausalueena Suomessa ja siksi tuotantojen määrä alueella pysyy säännöllisenä (East Finland Film Commission 2011). Kuvauskohteiden määrän kasvaessa alueella vuosi vuodelta, mahdollisuudet elokuvamatkailun kasvuunkin paranevat. Pohjois-Karjalaan voisi suunnitella alueella toteutettuihin tuotantoihin liittyvän kiertoajelun. Kiertoajelu sisältäisi esimerkiksi Prinsessa ja Roskisprinssi -elokuvien sekä ohjaaja Markku Pölösen elokuvien kuvauskohteita. Tällaiseen kiertoajeluun olisi myös helposti liitettävissä tyhypäivämme ohjelmallinen osa, jossa rastit sijaitsevat eri kuvauskohteissa. Linja-autolla suoritettavassa kiertoajelussa olisi helppo hyödyntää elokuvia kieroksen aikana, DVD-elokuvien näyttömahdollisuuden vuoksi.

Tyhypäivämme ohjelmallinen osa on muunneltavissa asiakasryhmän mukaan. Näin ollen esimerkiksi lapsille suunnitellussa päivässä, työhyvinvointipäivä -nimen sijaan käytetään nimitystä virkistyspäivä. Mahdollisuutena on tarjota toimivaa pakettia kohderyhmän mukaan ja tärkeintä onkin, että päivän pohjaksi

suunniteltu kaava pysyisi samana. Periaatteessa suunnittelemamme paketin mahdollisuudet ovat rajattomat ja mielikuvitus toimii rajana, mutta hyvä on silti osata kohdistaa paketti ja sen markkinointi ainakin aluksi vain tietylle kohderyhmälle. Mikään tuote ei ole aluksi täydellinen vaan se muokkautuu ajan kanssa. Monesti hyvä idea kehittyy hyväksi tuotteeksi mutta kehittämistyön kanssa täytyy olla itse aktiivinen. Kun paketin toimivuudesta on enemmän kokemusta, voi kohderyhmää ja teemoja laajentaa. Tyhypsivämme tuo markkinoille lisää palvelutarjontaa ja palveluntarjoajat, kuten SF-Filmikylä tai kesäteatteria ylläpitävä yhdistys, saavat uusia tuotteita.

8.3 Ohjelmallisen osuuden kehitysideat

Ohjelmallisen osuuden testaus antoi meille hyödyllisiä kehitysideoita ja uusia vaihtoehtoja toteuttaa tehtävärasteja. Havaitsimme, että vaikka alkuperäinen suunnitelma ei toteutunutkaan, oli ohjelmamme sen verran muunneltava, että sen pystyi järjestämään muutoksista huolimatta. Esimerkiksi oppaiden määrän pieneneminen kahteen ei haitannut ohjelman kulkua. Testasimme ohjelmallisen osuuden toimivuutta syyskuussa 2011, SF-Filmikylällä pidetyn virkistyspäivän yhteydessä.

Testiryhmä muodostui päivään osallistuneista Suomen Filmiteollisuuden työntekijöistä. Ohjelmallisen osan testaus antoi meille paljon kehitysideoita sekä auttoi hahmottamaan eri tehtävärastien toimivuutta ja toimimattomuutta. Kehitysideat liittyivät pääosin ohjeistuksiin ja tehtävärastien sisältöön. Lisäksi testipäivä nosti esiin yhden olennaisen asian ohjelmallisen osuuden toimivuuden kannalta. Testiryhmä aloitti tehtävärastien suorittamisen ilta seitsemän aikoihin, jolloin oli jo hämärää. Riittävän valaistuksen puute muodostui illan edetessä haasteeksi viimeiseksi suoritettavilla rasteilla. Jatkossa on tärkeää, että ohjelmallinen osa suoritetaan aina valoisana aikana.

Ohjeistuksien selkeydessä havaitsimme myös kehitettävää. Testiryhmän mukana kulki aina opas, jolloin ohjeistuksen antaminen sanallisesti oli helppoa. Tehtävärasteille jotka on tarkoitus suorittaa ilman opasta, on jatkoa ajatellen tehtävä

tarkemmat kirjalliset opastukset. Pohdimme myös mahdollisuutta, jossa jokaisella tehtävärastilla olisi opas. Tämä vähentää mahdollisia epäselvyyksiä tehtävien suorittamisessa, koska opas osaa antaa selkeät sanalliset ohjeet ja vastata asiakkaiden kysymyksiin. Kyseinen vaihtoehto onnistuu, jos tyhypoivän osallistujat jaetaan ryhmiksi oppaiden määrän mukaan. Näin ollen jokainen pienryhmä saa oman oppaansa mukaan jokaiselle rastille ja opas pystyy tarpeen mukaan muokkaamaan tehtävärastia ryhmäkoon perusteella. Tehtävärastien muunneltavuus ryhmäkoon mukaan tarkoittaa tässä tapauksessa esimerkiksi pienryhmän jakamista puoliksi tehtäväpaikalla, muodostaen kaksi pienempää joukkuetta. Tehtävärastien sisällön osalta kehitettävää löytyi Kasvihuonerastilta. Alkuperäinen suunnitelmamme istutustehtävästä korvautui sommittelutehtävällä. Tähän idea tuli suoraan testiryhmän toiminnan havainnoinnin pohjalta. Sommittelutehtävä on lopputulokseltaan paljon näyttävämpi ja antaa enemmän tilaa mielikuvitukselle toteutuksen osalta. Tehtävärastien suoritusjärjestys on jatkossa järjestettävä aina niin, että ryhmät suorittavat Jumppasten taidetehtävän ennen koekuvauksia. Tällä tavalla taidetehtävän perhepotrettia pystytään hyödyntämään koekuvauksissa.

9 Tyhypaketin markkinointi

Alkuperäisen suunnitelman mukaan tyhypakettiamme, Elokuvista virkistykseksi, oli tarkoitus markkinoida vain yrityksille ja yhteisöille. Nyt kun tarkoituksenamme on tehdä paketista muokattava, voi sitä tarjota myös pienemmille ryhmille, esimerkiksi opiskelijoille ja lapsille. Pääsääntöisesti markkinointi kohdistuu kuitenkin eri alan yrityksiin. Tyhypakettia markkinoidaan muun muassa täsmämarkkinoinnilla, esimerkiksi sähköpostitse ja kirjeitse. Näin tavoitamme suoraan yritykset ja yritysten työhyvinvoinnista vastaavat henkilöt. Sähköpostin ja kirjeen mukana välittyy mahdollisille asiakkaille tiedote (liite 6), josta he näkevät tarkemmat yksityiskohdat ja yhteystiedot. Tiedotetta muokkaamalla voi sen välittää myös muille mahdollisille kohderyhmille, kuten opiskelijoille.

Parhaat paketin markkinointikanavat opiskelija-asiakaskuntaa ajatellen ovat sähköposti, sosiaalinen media kuten Facebook ja mainonta kouluilla. Markkinointi suoraan koulun johtoryhmälle, opiskelijajärjestöille ja opettajille on suositeltavaa, koska heidän päätännässään monesti on virkistyspäivien sisältö. Kun tavoitellaan koululaisryhmiä asiakaskunnaksi, tulee markkinointi tällöin kohdistaa opettajille ja koulun johtokunnalle. Myös houkutteleva mainos edistää markkinointia. Hinnan huomioiminen eri kohderyhmille markkinoidessa on tärkeää. Eri kohderyhmille tarjotaan eri palveluja ja paketin ollessa muokattava hinta kootaan aina ryhmäkohtaisesti. Tämän takia esimerkiksi tiedotteessa hintaa ei voida vielä tarkasti kertoa. Tiedotteen pääsääntöinen tarkoitus onkin herättää asiakkaiden mielenkiinto. Kun ryhmä ja ryhmän tarpeet ovat tiedossa, voidaan hintakin laskea näiden mukaan.

Markkinointiajankohta on tärkeä ottaa huomioon markkinoinnin suunnittelussa. Esimerkiksi kesäteatterin ympärille suunniteltavan työhyvinvointipaketin markkinointi tulisi aloittaa hyvissä ajoin jo keväällä, koska mahdollisesti kesään päin mentäessä työhyvinvoinnista päättävät ihmiset ovat jo lomalla. Yrityksiä ja opiskelijoita ajatellen kesä myytävän kokonaisuuden ajankohtana on hankala, joten ajoissa aloitettu markkinointi on tämänkin vuoksi tärkeää. Markkinoinnin aloittaminen ajoissa kesäteattereiden ympärille toteutettavissa paketeissa voi olla hankalaa, jos teatteriesitys valmistuu juuri esitysten alkaessa tai jos esimerkiksi juoni muuttuu teatteriohjaajan käskystä vielä monia kertoja juuri ennen esityksiä.

Alkuperäisen, ainoastaan SF-Filmikylälle suunnitellun, työhyvinvointipaketin markkinoinnin tuli tapahtua silloin, kun kysyntää oli monipuolisemmalle palvelutarjonnalle. Moni yritys ja yhteisö ottivat yhteyttä toimeksiantajaamme ja toivoivat enemmän tarjontaa. Nyt kun tarkoituksenamme on toteuttaa muokattava paketti laajemmalle asiakaskunnalle, korostuu myös markkinoinnin tarve opinäytetyössämme. Jotta tyhYPakettien markkinointia voitaisiin kehittää tulevaisuudessa, tulee sitä seurata jatkuvasti. Markkinoinnin seuraamisessa olennaisin asia on huomata, kuinka eri kanavat tehoavat eri asiakaskuntiin ja sen seurauksena kehittää tärkeimpiä kanavia. Tulevaisuudessa markkinointisuunnitelman teko on yksi markkinoinnin tehostamisen apuväline.

10 Pohdinta

10.1 Prosessin arviointi

Opinnäytetyöprosessin aikana on ollut mielenkiintoista huomata, kuinka työhyvinvoinnin esiintyminen mediassa on lisääntynyt. Tämä osoittaa, että aihe on ajankohtainen ja hyödyllinen paitsi meille myös lukijoille. Mielestämme on tärkeää, että aihe on alkanut herättää enemmän keskustelua, koska jatkoa ajatellen tyhypakettimme kaltaisille tuotteille kysyntää riittää. Elokuvamatkailun ja työhyvinvoinnin yhdistäminen on ollut mielenkiintoinen prosessi, joka tarjoaa paljon mahdollisuuksia myös tulevaisuudessa. Tyhypäivän osalta saimme hyvän kuvan ohjelmallisen osuuden toimivuudesta. Valitettavasti kokonaiskuva tyhypäivästä jäi testipäivän osalta näkemättä aikataulujen yhteensovittamisongelmien vuoksi. Opinnäytetyömme toiminnallinen osuus painottui kuitenkin ohjelmalliseen osaan, joten tärkeintä oli, että saimme kokeilla sen toimivuuden käytännössä.

Elokuvamatkailuun liittyvä opinnäytetyö oli kummankin tekijän alkuperäisenä toiveena. Idea työhyvinvoinnin lisäämiselle aiheeseen syntyi yhteisestä keskustelusta opettajamme kanssa. Ajatus siitä että näitä kahta aihepiiriä ei ole aiemmin käsitelty yhdessä, lisäsi mielenkiintoa työn tekoon. Mahdollisuus olla tekemässä jotain aivan uutta, oli innoittavana tekijänä koko opinnäytetyöprosessin ajan.

Työprosessi kesti kokonaisuudessaan noin yhdeksän kuukautta. Alku lähti nopeasti käyntiin keväällä 2011 harjoitusaineiden kirjoittamisella. Näistä harjoitusaineista saimme hyvän pohjan suunnitelmaseminaarille ja varsinaiseen opinnäytetyöhön. Suunnitelmaseminaarin jälkeen kirjoitusprosessissa oli tauko molempien tekijöiden suorittaessa syventävää työharjoittelua. Myös harjoittelujen jälkeiset työt hidastivat kirjoitusprosessin etenemistä. Syyskuussa 2011 testasimme ohjelmallisen osuuden, joka antoi meille hyvän kuvan sen toimivuudesta. Oli mielenkiintoista huomata, miten teoria toteutui käytännössä. Uuden ulottuvuuden opinnäytetyöhön toi toiminnallisen osuuden muunneltavuus muihin

toteutusympäristöihin. Huomasimme, että tekemämme paketti pystytään toteuttamaan SF-Filmikylän lisäksi myös muualla, noudattamalla samaa peruskavaa. Vaikka SF-Filmikylän tulevaisuus matkailupalvelujen tarjoajana loppuisikin, suunnittelemaamme tyhypakettia voidaan jatkaa myös toisissa toteutusympäristöissä.

10.2 Työhyvinvoinnin näkyminen työn toiminnallisessa osuudessa

Opinnäytetyömme rakentuu työhyvinvoinnin ja elokuvamatkailun ympärille. Työhyvinvointia edistävät asiat on otettu huomioon etenkin tehtävärasteja suunniteltaessa. Rastit on suunniteltu siten, että ryhmät suoriutuvat niistä yhdessä tekemisen kautta. Ryhmätyöskentely edistää yhteisöllisyyttä ja monipuoliset tehtävät tuovat ryhmän sisältä löytyvät taidot esiin.

Ohjelmallisen osuuden alkaessa voidaan ryhmät jakaa siten, että pienryhmään kuuluvat henkilöt eivät välttämättä ole lähimpiä työkavereita. Näin toisilleen vieraammat henkilöt pääsevät enemmän tekemisiin keskenään. Tehtävien suorittaminen tuo osaltaan onnistumisen tunteita ja tätä kautta palkitsee osallistujia. Kun tällaista toimintaa pääsee harjoittamaan myös työympäristön ulkopuolella, on työssä jaksaminenkin helpompaa. Mielestämme Elokuvista virkistykseksi -työhyvinvointipaketissa on huomioitu työhyvinvoinnin edistämisen kannalta tärkeitä asioita.

10.3 Oma oppiminen

Koko opinnäytetyöprosessi kokonaisuudessaan on antanut molemmille paljon. Etenkin tietämys elokuvamatkailusta ja työhyvinvoinnista on lisääntynyt huomattavasti. Vaikka haasteitakin on ilmennyt esimerkiksi kirjoittajien aikataulujen yhteensovittamisessa, on keinot siihen aina keksitty. Olemme tyytyväisiä siihen, että saimme tehdä opinnäytetyömme aiheesta, joka on kiinnostanut jo kauan aikaa. Varsinkin oman työkokemuksen hyödyntäminen opinnäytetyössä, on tuonut siihen uutta ulottuvuutta. Lopputulos olisi voinut olla täysin erilainen, jos

työ perustuisi pelkkään teoriatietoon. Toiminnallisen opinnäytetyön tekeminen on ollut mielenkiintoinen ja paljon antava kokemus. Koska työn ei tarvitse olla kovin tutkimuksellinen, on motivaatiokin pysynyt työnteossa mukana. Aluksi toki piti ottaa selvää mikä on toiminnallinen opinnäytetyö ja kuinka se meidän työsämme tulee näkymään. Nyt kun tuote on suunniteltu ja se olisi toteutettavissa, voi lopputulokseen olla tyytyväinen. Toki koko ajan miettii mitä olisi voinut tehdä toisin, kuinka olisimme saaneet paremmin suoritettua esimerkiksi ohjelmallisen osan testauksen, mutta tulevaisuuteen jää nähtäväksi, kuinka tyhypakettimme tulee kaikkineen toimimaan, jos pakettia myydään.

Opinnäytetyöprosessi on kehittänyt kumpaakin kirjoittajaa tuottamaan parempaa asiatekstiä. Oma tietoperusta on kasvanut ja hankitun tiedon hyödyntäminen on helpompaa. Mielenkiintoista on ollut nähdä kuinka esimerkiksi elokuvamatkailua toteutetaan muualla päin maailmaa ja mitä oheispalveluja siihen on liitetty. Työhyvinvoinnin liittäminen elokuvamatkailuun auttoi meitä avartamaan näkemystämme aiheesta ja tajuamaan, kuinka ajankohtaisista ilmiöistä opinnäytetyössämme puhumme. Vaikka ohjelmallisen osan testaus jäi hieman puutteelliseksi, näytti se kuitenkin että kyseiselle toiminnalle on kysyntää. On ollut hienoa koota opinnäytetyö, jossa oma kiinnostus aihetta kohtaan näkyy sekä suunnitella ja toteuttaa jotain sellaista, mikä voisi tulevaisuudessa olla hyödyllistä.

Lähteet

- Aho, O. 2010. Työhyvinvoinnin ongelmat.
<http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/ongelmat/sivut/default.aspx>.
 14.3.2011.
- Beeton, S. 2005. Film-induced Tourism.
http://www.google.com/books?hl=fi&lr=&id=3z1i3VcYyGQC&oi=fnd&pg=PR8&dq=film-induced+tourism&ots=TjBxX-OGBL&sig=YyQuYCrt_xSFIWzJC0tF1XFh__4#v=onepage&q&f=true.
 13.3.2011.
- Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Connell, J. & Meyer, D. 2008. Balamory revisited: An evaluation of the screen tourism destination-tourist nexus. Teoksessa *Tourism Management* 30. 2009, 194–207.
- Couldry, N. 2005. On the actual street. Teoksessa Crouch, D., Jackson, R., & Thompson, F. (toim.) *The Media and the Tourist Imagination*. New York: Routledge, 60–75.
- Disney. 2011. Disney Parks. <http://disneyparks.disney.go.com/>. 13.3.2011.
- East Finland Film Commission. 2011. Pohjois-Karjala elokuvamaakunta.
http://www.ffc.fi/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=2. 31.10.2011.
- Edensor, T. 2005. Mediating William Wallace: Audio-visual technologies in tourism. Teoksessa Crouch, D., Jackson, R., & Thompson, F. (toim.) *The Media and the Tourist Imagination*. New York: Routledge, 105–118.
- Elitisti. 2011. Elitistifoorumi. Elokuvatapahtumat.
<http://www.elitisti.net/forum/forum/4-elokuvatapahtumat/>. 13.3.2011.
- Elokuvaelämyksiä Pohjois-Karjalassa. 2009. Projekti.
<http://pkamk.fi/elokuvamatkailu/projekti.html>. 15.4.2011.
- Ervasti, P. 2011. SF-Filmikylä, kesä 2010 tulokooste. Email
 p_piija@hotmail.com. 25.2.2011.
- Fox Studios. 2011. Special Events.
http://www.foxstudios.com/food_services__special_events/special_events.html. 13.3.2011.
- Holmström, M. 2011. Henning Mankell. Ystad kommun.
<http://www.ystad.se/ystadweb.nsf/AllDocuments/092358E448F81330C125730C0034476A>. 25.11.2011.
- Hughes, C. 2011. Cape Town Marries Tourism and Film. Teoksessa *Southern African tourism update*. Issue 217.
<http://www.capetownfilmstudios.co.za/images/stories/pdf/TU-Feb-March-2011.pdf>. 13.3.2011.
- Hyyppä, M. & Liikanen, H-L. 2005. Kulttuuri ja terveys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- I Wallanders spår. 2009. Turistbroschyr.
[http://www.ystad.se/ystadweb.nsf/wwwpages/6D2990059F75E6D2C1256ED9002D478F/\\$File/Wallanderfolder09_Se.pdf](http://www.ystad.se/ystadweb.nsf/wwwpages/6D2990059F75E6D2C1256ED9002D478F/$File/Wallanderfolder09_Se.pdf). 13.3.2011.
- Johnson, I. 2011. Markkinointistrategi. Ystadin kaupunki. Puhelinhaastattelu
 7.4.2011.

- Jänkälä, R., Kangastie, H., Rahkola, M., Tekoniemi-Selkälä, T. & Tolvanen, T. 2010. HETKISYYDESTÄ HARMONIAAN Työhyvinvointimatkailu-tuote matkailun uutena palveluna. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Kerubi. 2011. Kerubin Keittiö. Yrityksille. <http://kerubi.fi/yrityksille.php>. 19.10.2011.
- Lomalinja. 2011. Enkelit ja demonit. http://www.lomalinja.com/enkelit_ja_demonit_dan_brownin_ja_symbologi_robert_langdonin_roomaa_2011. 14.3.2011
- Makkonen, A. 2011. Ronja ryövärintytär seikkailee Sinkkolassa. YLE Pohjois-Karjala. http://yle.fi/alueet/pohjois-karjala/2011/06/ronja_ryovarintytar_seikkailee_sinkkolassa_2677602.html. 19.10.2011.
- MEK. 2005. Hyvinvointi- ja wellness –matkailun peruskartoitus. [http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d86764d4e91dde64c225735b0032a957/\\$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d86764d4e91dde64c225735b0032a957/$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf). 8.3.2011.
- MEK. 2008. Kulttuurimatkailun määritelmä. <http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Kulttuurimatkailum%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4?opendocument&np=G-40>. 11.3.2011.
- Moomin Characters. 2011. Muumien maailma. <http://www.moomin.com/fin/>. 13.3.2011.
- MTV3. 2011. Salatut elämät –kilpailun voittajat on arvottu. http://www.mtv3.fi/ohjelmat/sivusto2008.shtml/draama/salatut_elamat/uutiset_syksy_2010?1215614. 13.3.2011.
- Muumimaailma. 2011. Muumimaailma Oy. http://www.muumimaailma.fi/suomeksi/info/muumimaailma/muumimaailma_oy. 13.3.2011.
- Oinonen-Edén, E. 2011. Projektipäällikkö. Itä-Suomen Yliopisto. Haastattelu 13.4.2011.
- Paramount Pictures. 2011. Vip tours. <http://www.paramountstudios.com/special-events/tours.html>. 13.3.2011.
- Rauramo, P. Työhyvinvoinnin kehittäminen. TTK. http://www.tyoturva.fi/tyoelaman_kehittaminen/tyohyvinvoinnin_portaat_vanha/tykysta_tyhyyn. 8.3.2011.
- Roesch, S. 2009. The Experiences of Film Location Tourists. Bristol: Channel View Publications.
- Sony Pictures Studios. 2011. Studio Tours. <http://www.sonypicturesstudiotours.com/>. 13.3.2011.
- Suni, J. 2010. SF-Filmikylä - Kesän 2010 asiakaskyselyn tulokooste.
- Suomen Filmiteollisuus. 2011. Suomen Filmiteollisuus. <http://www.suomenfilmiteollisuus.fi/>. 24.5.2011.
- Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Taistelu Näsilinnasta 1918. 2011. Elokuvakylä. <http://www.nasilinna1918.fi/elokuvakyla/>. 14.3.2011 .
- Tarssanen, S (toim.). 2007. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Po. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- The Internet Movie Database. 2011. Braveheart - Taipumaton. <http://www.imdb.com/title/tt0112573/> . 13.3.2011.

- Tjäder, J. 2010a. Mitä työpaikoilla voidaan tehdä?
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/tyon_imu/mita_tyopaikoilla_voidaan%20tehda/sivut/default.aspx. 14.3.2011.
- Tjäder, J. 2010b. Tykytoiminta. Työterveyslaitos.
http://www.ttl.fi/fi/terveys_ja_tyokyky/tykytoiminta/sivut/default.aspx. 8.3.2011.
- Tjäder, J. 2010c. Mitä työkyky on? Työterveyslaitos.
http://www.ttl.fi/fi/terveys_ja_tyokyky/tykytoiminta/mita_on_tyokyky/sivut/default.aspx. 14.3.2011.
- Tjäder, J. 2011a. Työn imu. Työterveyslaitos.
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/tyon_imu/Sivut/default.aspx. 4.3.2011.
- Tjäder, J. 2011b. Työhyvinvointi. Työterveyslaitos.
<http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/Sivut/default.aspx>. 8.3.2011.
- Treasure Coaching. 2011a. TYHY-päivä.
<http://www.elinvoimaayrityksellesi.fi/tyhy-paiva.html>. 14.3.2011.
- Treasure Coaching. 2011b. ArtEx.
<http://www.elinvoimaayrityksellesi.fi/artex.html>. 14.3.2011.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Suomen matkailustrategia 2020.
http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf. 8.3.2011.
- Universal Studios Hollywood. 2011. Park Overview.
http://www.universalstudioshollywood.com/park_overview.html. 13.3.2011.
- Vauhkonen, T. 2011a. Yksilön työhyvinvointi. Työterveyslaitos.
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/yksilon_tyohyvinvointi/Sivut/default.aspx. 4.3.2011.
- Vauhkonen, T. 2011b. Työyhteisön työhyvinvointi. Työterveyslaitos.
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/tyoyhteison_tyohyvinvointi/sivut/default.aspx. 4.3.2011.
- Vilkkä, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.
- VisitBritain. 2011. Best of British Film and TV.
<http://www.visitbritain.us/campaigns/film/index.aspx>. 13.3.2011.
- Von Brandenburg, C. 2007. Taide ja työhyvinvoinnin edistäminen – tehokkuusajattelua vai elämänlaadun parantamista? Teoksessa Bardy, M., Haapalainen, R., Isotalo, M. & Korhonen, P. (toim.) Taide keskellä elämää. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy, 180-182.
- Warner Bros. Entertainment Inc. 2011. Vip Studio Tour.
<http://vipstudiotour.warnerbros.com/>. 13.3.2011.

OHJEISTUS SF-FILMIKYLÄN TYHYPÄIVÄN RASTEILLE

1. Jumppaset

Jaakko Jumppanen on päättänyt ryhtyä taiteilijaksi ja hänellä on oma ateljee kotipihassaan. Elämä on kuitenkin kovin kiireistä. Naisen metsästys ja runojen rustaaminen vie paljon Jaakon aikaa, joten hän tarvitsee apua.

Taiteilkaa Jumppasten perhepotretti tehtäväpaikalta löytyvillä tarvikkeilla. Voitte myös hyödyntää ympärillänne olevaa luontoa taideteoksenne tekemisessä. Aikaa tehtävän suorittamiselle on 10 minuuttia. Olkaa luovia ja päästäkää sisäinen Jumppasenne valloilleen! Ottakaa taideteos mukaanne ja käykää kohti Kaisan kauppaa. Kauppa on auki, joten astukaa rohkeasti peremmälle.

2. Kaisan kauppa (OPAS/MYYJÄ)

Tervetuloa Kaisan kauppaan! Opas jakaa ryhmälle Karjalan kunnailla hahmon, joka tarvitsee johonkin tiettyyn tilaisuuteen tarvikkeita (esimerkiksi Jaakko Jumppanen järjestää puutarhajuhlat). Ryhmän tulee miettiä, mitä tarvikkeita roolihahmo tarvitsee ottaen huomioon kyseessä olevan hahmon luonteen. Koriin voi koota 5-10 tuotetta, joiden valinnat ryhmän tulee perustella ”myyjälle”. Oppaan tulee huomioida ajankäyttö (10 minuuttia). Kauppareissun jälkeen opas neuvoo ryhmän Kaisan kaupan taakse, kun edellinen ryhmä on poistunut koekuvauksista.

3. Koekuvaukset (OPAS)

Ryhmän saapuessa paikalle, opas kertoo kyseessä olevan leikkimielinen koekuvaustilanne (ryhmä otetaan vastaan ”Jumppasina”). Ryhmä on jo aikaisemmin taiteillut Jumppasten perhepotretin ja tätä hyödynnetään koekuvauksissa esittämällä kuvasta löytyviä hahmoja. Kuvaaja kertoo ryhmälle koekuvausten tarkoituksen (esimerkiksi uusi roolitus Jumppaset elokuvaa varten tms.). Tehtävä kuvataan ja pyritään antamaan ryhmälle muistoksi. Kuvausten jälkeen kuvaaja ohjaa ryhmän Kirstilään. Aikaa tehtävälle on 10 minuuttia.

4. Kirstilä

Nyt tarvitaan Miikkulatietoutta. Kirsti on kirjaston hiljaisten päivien aikana koonnut ristisanatehtävän ja teidän tulee ryhmänä se ratkaista. Kirsti on halunnut ristisanatehtävään haastetta ja samalla saada kyläläiset vilkuilemaan kirjaston kirjoja. Tämän takia osa vastauksista on piilotettu kirjojen sivujen kätköihin.

Pystyriville muodostuva sana kannattaa painaa mieleen, sillä siitä voi olla hyötyä tulevissa tehtävissä. Ristisanatehtävän tulee olla valmis noin kymmenessä minuutissa. Tämän jälkeen suunnatkaa kohti Pappilan portaita.

Jos Miikkulatietoutenne on niin loistavaa, että ristikkonne valmistuvat ennen aikojaan, voitte oikeat vastukset kirjastokorttien kätköistä tarkistaa.

5. Pappila (OPAS)

On kuoroharjoituksien aika. Tällä rastilla opas toimii kuoronvetäjänä ja jakaa ryhmälle laulunsanat (Yö väistyy). Laulun sanoista on otettu osa pois, joten ensimmäisellä kuuntelukerralla ryhmällä on mahdollista täydentää puuttuvat sanat. Kappaleesta harjoitellaan noin kymmenen minuutin aikana ensimmäinen säkeistö. Harjoittelun jälkeen sanat kerätään pois ja ryhmälle kannattaa vihjailla, että on mahdollista päästä esittämään laulua uudemman kerran. Kun riittävä aika rastilla on kulunut, opas ohjaa ryhmän eteenpäin. Pappilassa oleva opas tarkkailee ryhmien kulkua, ajan käyttöä ja huolehtii, että ryhmät ovat ajallaan. Pappilasta ryhmä ohjataan Kasvihuoneelle.

6. Kasvihuone

Kuvaukset alkavat pian ja lavasteisiin tarkoitetut kasvit on unohdettu istututtaa. Auttakaa puutarhuriamme sommittelutyössä ja ottakaa kiposta lappu, jossa kerrotaan minne kasveja kaivataan.

Pöydältä löydätte tarvikkeet siemenistä kastelukannuun. Voitte myös etsiä istutettavaa kasvihuoneen lähistöltä. Miettikää yhdessä, millaiset kasvit sopivat valitsemallenne lavasteelle. Kukka-asetelmien tekoon aikaa on varattu noin 10 minuuttia. Kun kasvihuone on takaisin vanhassa loistossaan, suunnatkaa askeleenne kohti Jumppasia, jossa Jaakko kaipaa apuunne.

7. Lopuksi ryhmä kootaan yhteen ja lauletaan kuoroharjoituksissa opeteltu kappale. Osallistujille jaetaan diplomit tyhypsäivästä.

Budjettiesimerkki

	€/hlö	€/20 hlö
Opastettu kierros	14,00	266,00
Ohjelmallinen osa	16,00	320,00
Ruokailu*	15,00	300,00
Kahvitus**	3,00	60,00
Kokous- ja saunatilat***	0,00	0,00
Yhteensä	48,00	946,00

-300,00 ruokailu
 -60,00 kahvitus
 -120,72 palkat

Erotus yhteensä**465,28**

	€
oppaan palkka €/h	10,06
oppaan palkka €/ tyhypäivä (4h)	40,24
tyhypäivä €/päivä (3 opasta)	120,72

Selitys

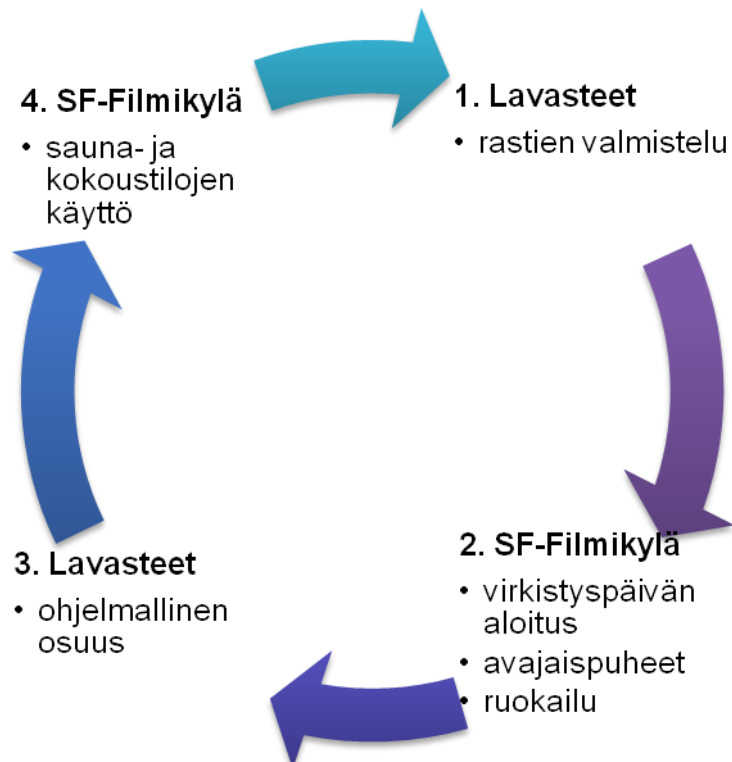
* Mennan palveluhinnaston mukaan

** sis. kahvi ja pulla

*** vuokrahinta sovittavissa toimeksiantajan kanssa

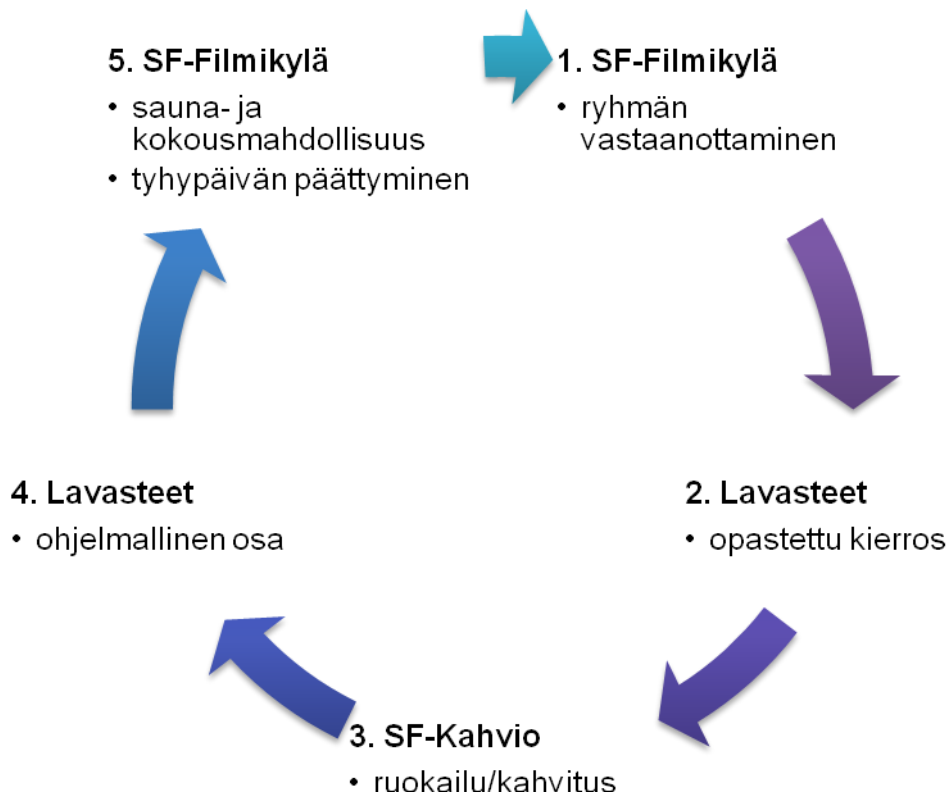
Testiryhmän aikataulu

klo		
16:00		Rastien valmistelu SF-Filmikylän lavasteissa
17:00		Virkistyspäivän alkaminen
17:15		Ruokailu
18:30		Avajaispuheita ja Suomen Filmitoimittajien SF Oy:n kuulumiset
19:00		Ohjelmallinen osa
	19:05	<i>Päivikin ryhmä Jumppasille</i>
		<i>Piijan ryhmä Kirstilään</i>
	19:15	<i>Päivikin ryhmä Kaisan kauppaan ja koekuvauksiin (20 min)</i>
		<i>Piijan ryhmä Pappilaan</i>
	19:25	<i>Piijan ryhmä Kasvihuoneelle</i>
	19:35	<i>Päivikin ryhmä Kirstilään</i>
		<i>Piijan ryhmä Jumppasille</i>
	19:45	<i>Päivikin ryhmä Pappilaan</i>
		<i>Piijan ryhmä Kaisan kauppaan</i>
	19:55	<i>Ohjelmallisen osuuden päättymisen</i>
20:00		Virkistyspäivän jatkuminen sauna- ja kokoustiloissa



Elokuvista virkistykseksi -tyhypsäivän aikataulu

klo		
10:00		Saapuminen SF-Filmikylälle
10:10		Toivotetaan ryhmä tervetulleeksi
10:20		Opastettu kierros
11:15		Ruokailu/kahvitus + kahvila DVD:n katsominen
12:00		Ohjelmallinen osuus
	12:05	<i>Jumppaset</i>
	12:15	<i>Kaisan kauppa</i>
	12:25	<i>Koekuvaukset</i>
	12:35	<i>Kirstilä</i>
	12:45	<i>Pappila</i>
	12:55	<i>Kasvihuone</i>
	13:05	<i>Loppuhuipennus</i>
13:20		Ryhmän valinnan mukaan
		- kahvitus/ruokailu
		- kokoustilojen käyttö
		- tyhypsäivän päättyminen

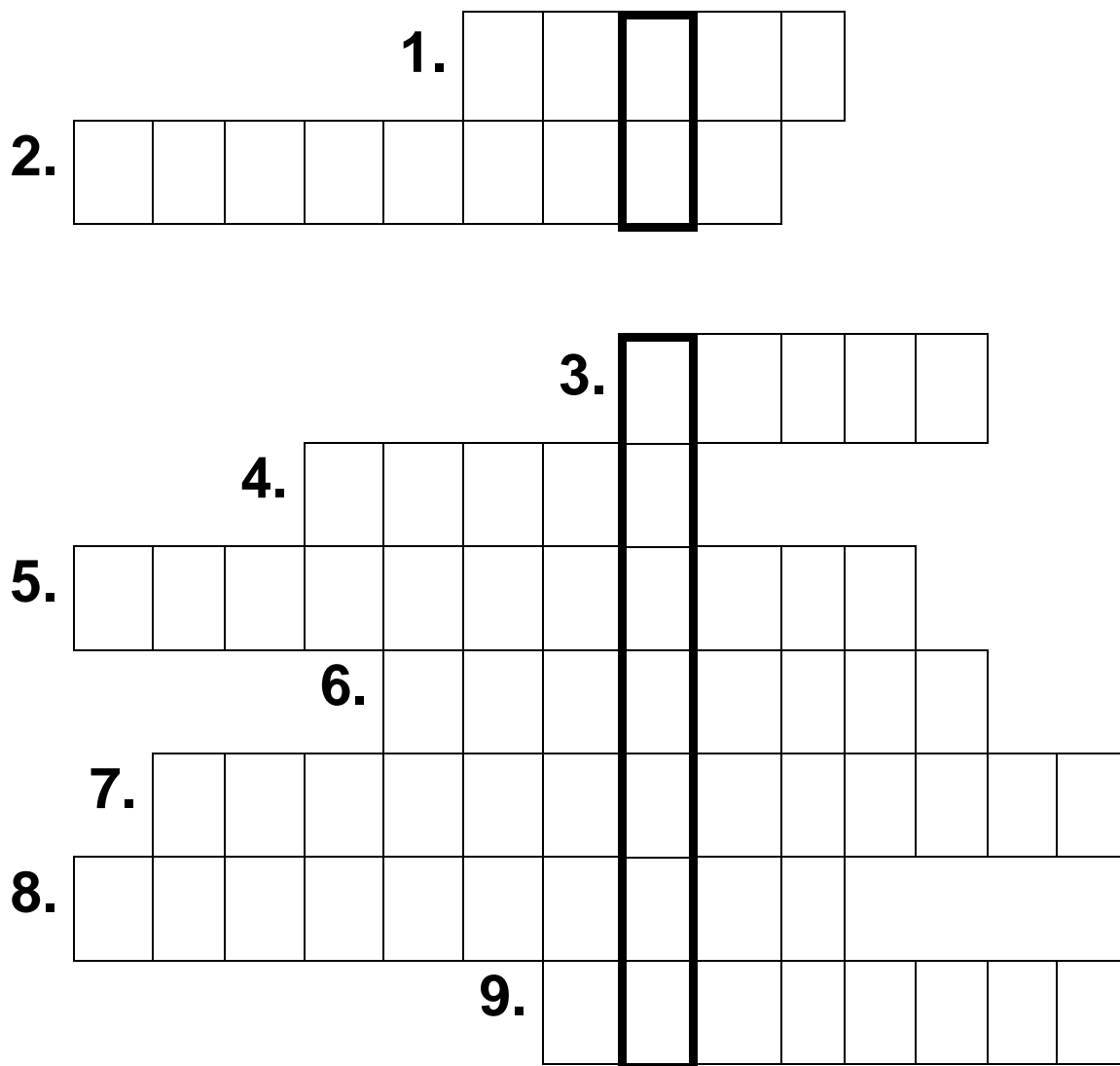


Tyhjäpäivän tuotanto- ja kulutuskaavio

Konkreettiset elementit		SF-Filmikylä -parkkialue -kahvio	Lavasteet -opastettu kierros	SF-Kahvio -ruokailu/kahvit	Lavasteet -ohjelmallinen osa	SF-Filmikylä
Asiakkaan toiminnot		Saapuminen, vastaanottopuheen kuuntelu, siirtyminen lavasteisiin	Kierroksella läsnäolo	Virkkeistä nauttiminen, ruokailu, kahvi, WC	Ohjelmaan osallistuminen, rastien suorittaminen,	Loppuhuipennus paikalta poistuminen
Kontaktihenkilöstön toiminnot		Opas vastaanottaa ryhmän, toimittaa tervetul eeksi	Opastus	Kahvionylläpitäminen, ruokailusta vastaaminen	Ohjeistus, oppaana olo, aikataulun seuraaminen	Opastus, diplomin jako, kiitos
Taustahenkilöstön toiminnot		Kahvionylläpito, parkkeerauksen neuvominen	Lavasteidenylläpito (siivous, järjesteleminen, avaaminen, sulkeminen)	Kahvionylläpito, ruokailun järjestäminen (tilaus, esillepano)	Rastien/ohjelmallisen osan valmistus, lavasteidenylläpito	Diplomien teko
Näkyvähenkilöstö		Opas, kahviontyöntekijä	Opas	Kahviontyöntekijä, opas	Oppaat (riippuen tarpeesta, mahdollisesti kolme)	Opas
Taustahenkilöstö		Opas, kahviontyöntekijä, siivooja	Opas	Kahviontyöntekijä, opas, siivooja	Oppaat	Opas
Asiakkaan prosessin aikataulu		15min	60min	45min	60 70 min	10 min

							1.	L	Y	Y	L	I				
2.	W	A	H	L	S	T	R	Ö	M							
							3.	V	A	P	P	U				
			4.	T	Ä	T	S	Ä								
5.	M	I	I	K	K	U	L	I	N	N	A					
							6.	A	V	U	S	T	A	J	A	
			7.	S	A	L	A	M	E	T	S	Ä	S	T	Y	S
8.	L	Ä	N	N	E	N	K	Y	L	Ä						
							9.	H	Y	P	N	O	O	S	I	

1. Kylän lempeä jättiläinen ensimmäisellä tuotantokaudella
2. Pirkka eli Toni _____
3. Kylän uteliain
4. Arjan sisko
5. Hotelli
6. Esiintyy taustalla kuvattaessa
7. Jorman ja Erkan bisnes
8. Tänne Miikkulan miehet laitettiin töihin pillimehupalkalla
9. Helinän taito



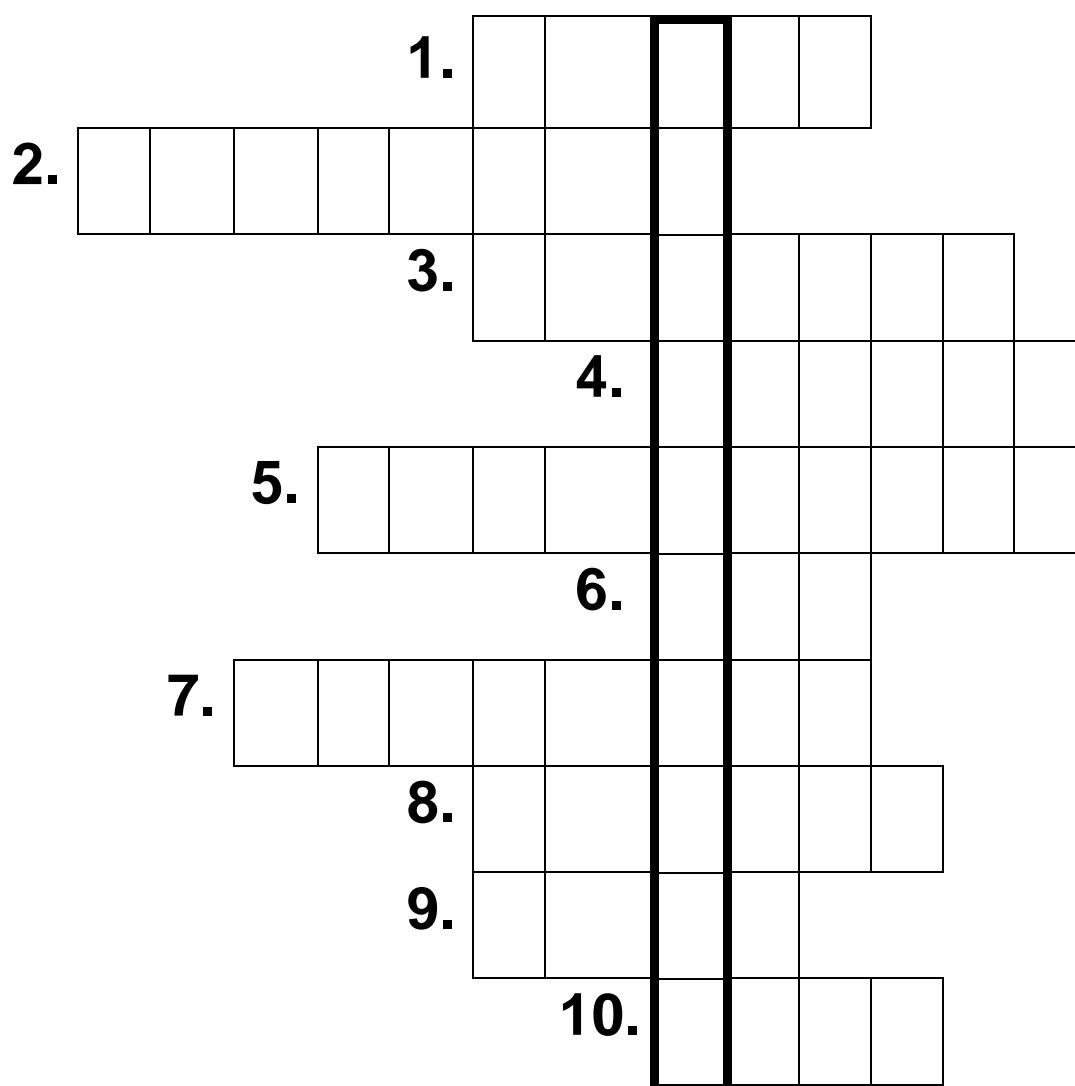
VIHJEET

1. Kylän lempeä jättiläinen ensimmäisellä tuotantokaudella
2. Pirkka eli Toni _____
3. Kylän uteliain
4. Arjan sisko
5. Hotelli
6. Esiintyy taustalla kuvattaessa
7. Jorman ja Erkan bisnes
8. Tänne Miikkulan miehet laitettiin töihin pillimehupalkalla
9. Helinän taito



VIHJEET

1. Helinän mies
2. Opettajan koti
3. Roseniuksen ammattinimike
4. Sahioja kaupitteli torilla _____-tuotteita
5. Hotellinjohtaja Saara
6. Kirsti Miettinen eli Maria ...
7. Myös tulitikkurasia
8. Iski mäntyyn
9. Keijo Sahioja
10. Vappu eli Jorman ja Jaakon ...



VIHJEET

1. Helinän mies
2. Opettajan koti
3. Roseniuksen ammattinimike
4. Sahioja kaupitteli torilla _____-tuotteita
5. Hotellinjohtaja Saara
6. Kirsti Miettinen eli Maria ...
7. Myös tulitikkurasia
8. Iski mäntyyn
9. Keijo Sahioja
10. Vappu eli Jorman ja Jaakon ...

YÖ VÄISTYY

Yö väistyy, _____ nousee, sarastaa
kukat auringolle nostaa maljojaan
yön _____ haipuu sineen _____
ja mä jälleen saan
uuden _____

Sen sain kun talven teitä kuljin
sen sain kun olin _____ vain
kun sain mä aamuihini sun
jäi _____ luokse mun
nyt jaan sen kanssas sun

Yö väistyy tuuli nousee, sarastaa
kukat auringolle nostaa maljojaan
on _____ kuin varjo _____ yön
joka hiipii pois, tieltä _____

Hän tietää vain ken kaiken sai
kuin _____ huiputtaen
hän onnen hukkaan maailmalle _____
ei rauhaa saa hän milloinkaan
vaan _____ yö kannoillaan
niin turhaan

YÖ VÄISTYY

Yö väistyy, tuuli nousee, sarastaa
kukat auringolle nostaa maljojaan
yön pilvet haipuu sineen autereen
ja mä jälleen saan
uuden onnen

Sen sain kun talven teitä kuljin
sen sain kun olin varjo vain
kun sain mä aamuihini sun
jäi onni luokse mun
nyt jaan sen kanssas sun

Yö väistyy tuuli nousee, sarastaa
kukat auringolle nostaa maljojaan
on eilinen kuin varjo synkän yön
joka hiipii pois, tieltä aamun

Hän tietää vain ken kaiken sai
kuin kohtaloaan huiputtaen
hän onnen hukkaan maailmalle tuuliin
ei rauhaa saa hän milloinkaan
vaan pakenee yö kannoillaan
niin turhaan

Kaisan kaupan laput

KIRSTI MIETTINEN	TREFFIT
MAIKKI TUUPAINEN	TELTTARETKI
JAAKKO JUMPPANEN	PELI-ILLAN EVÄÄT
TOHTORI MARTTI ROSENIUS	GOURMET- ILLALLINEN
KAUPPIAS ARJA	SUNNUNTAI- BRUNSSI
ISÄ ANTTO	NAISTEN ILTA
PAULI PUHAKKA	LASTENJUHLAT

Kasvihuoneen laput

MAIKKILA	KAISAN KAUPPA
SAHIOJA	JUMPPASET
ARJA JA HARRI	HOTELLI MIIKKULINNA
TOHTORILA	TSASOUNA
KIRSTILÄ	MAIKIN KAHVILA
PAPPILA	PUHAKAN FARMI

Liite 6

Tiedote*Esittää - Förevisar*

Suomen Filmitölkki SF oy
Olli Tiaisentie 16
80790 Kontioranta

2.12.2011

Yritys oy
Yrityspolku 1
80100 Joensuu

Elokuvista virkistykseksi -tyhypaketti on työyhteisönne asialla!

Työhyvinvointipäivä SF-Filmikylällä Kontioniemessä, Karjalan kunnalla -televisiosarjan maisemissa

Työhyvinvointi on kaikkien yhteinen asia – tuo työporukkasii virkistymään Miikkulaan!

Elokuvista virkistykseksi -tyhypaketti on Suomen Filmitölkki SF oy:n tarjoama ohjelmakokonaisuus, jonka tarkoituksena on edistää työyhteisöjen hyvinvointia yhdessä tekemisen kautta. Tyhypaketti sisältää opastetun kierroksen SF-Filmikylällä, ruokailun/kahvituksen sekä pienryhmissä suoritettavan ohjelmallisen osuuden. Paketti on muokattavissa toiveidenne mukaiseksi esimerkiksi lisäämällä kokous- ja saunatilojen käyttömahdollisuuden.

SF-Filmikylä on Kontioniemessä sijaitseva ulkoilmastudio, jossa on kuvattu kesinä 2006–2009 Karjalan kunnalla -televisiosarjaa. Matkailutoimintaa on ollut vuodesta 2009, jolloin alkoivat Kurkistus kulusseihin -opastetut kierrokset. Kesinä 2010 ja 2011 SF-Filmikylällä on esitetty Markku Pölösen ohjaamaa Onnen maa -kesäteatteria. Nyt haluamme tarjota Teille monipuolisempia palveluja.

Nähdään Miikkulassa!

Tutustukaa myös SF-Filmikylän omiin internetsivuihin
<http://www.suomenfilmikyla.fi/filmikyla/>

Lisätiedot ja ilmoittautuminen tyhypäivään

Suomen Filmitölkki Suomen toimisto
Olli Tiaisentie 16
80790 Kontioranta
p. 0400 383 560
filmikyla@suomenfilmitölkki.fi